

大正期における地方資産家の 消費生活と通信販売

信州須坂・田中本家と三越との関係を中心に

Mail-order Services and Consumption Behaviors of Wealthy Families in Rural Areas in the Taishō Period: A Case Study Focused on the Relationships between Mitsukoshi and the Tanaka Family in Suzaka City, Nagano Prefecture

満蘭 勇

MITSUZONO Isamu

はじめに

- ①三越による通信販売の展開
- ②田中本家による通信販売の利用
- ③田中本家からみた三越の位置づけ

おわりに

【論文要旨】

本稿は、長野県須坂に位置する田中本家の消費生活について、通信販売の利用という面に着目しながら分析したものである。田中本家は、明治期から昭和初期にかけて、三越をはじめとする東京の百貨店から、通信販売を利用して多くの買い物を行っていたことで知られるが、今回の共同研究において、本格的な資料調査が行われ、これまで未整理かつ未利用であった書簡資料にアクセスできたことから、通信販売の利用実態について、詳細な分析を行う準備が整えられた。検討の結果は以下の通りである。

大正期における田中本家は、通信販売を積極的に利用し、実にさまざまな商品を購入していた。最も頻繁に利用していたのが三越で、次いで長野市のいくつかの業者と、三越以外の東京所在業者を多く利用していたことが確認された。東京との関係だけではなく、近傍の地方都市との関係が密接であったことは、地方資産家による通販利用の実態を考える上で、一つの重要な発見といえる。呉服類の単価を比較すると、最高級品は三越で、それに次ぐランクの商品は長野市の業者から買い求め、地元須坂では最も廉価な商品を購入していた。

こうした棲み分けは、三越による流行の影響が及んでいたことを示唆するが、取引の実態に立ち入ってみれば、通信販売を通じた流行の伝播には大きな限界があった。田中本家に残る書簡から判断する限り、品切れによるキャンセルや代品送付が多く、注文した商品を手入できるかどうかは不透明であった。ここに長野市所在の商店が入り込む余地が生まれ、地理的な近接性を活かした機敏な対応と顔の見える関係によって、同家のさまざまな需要に応じていた。逆にいえば、それでも同家が三越との取引を止めることなく、繰り返し注文を行っていたことが注目される。その背景には、流行の影響力があつたと考えざるを得ないが、それは多分に三越のストア・イメージというレベルの問題であつたと想定される。

【キーワード】 地方資産家、消費生活、通信販売、百貨店、三越、流行

はじめに

本稿では、長野県須坂に位置する田中本家の消費生活について事例分析を行う。田中本家は、江戸時代に豪商として蓄財し、歓待や日常生活に使用してきた豊富なモノ資料が、現在に至るまで実に保存状態よく残されている家として著名であり、明治期から昭和初期にかけて、三越をはじめとする東京の百貨店から、通信販売を利用して多くの買い物を行っていたことでも知られている⁽¹⁾。今回、国立歴史民俗博物館の共同研究「歴史表象の形成と消費文化」において、本格的な資料調査が行われ、これまで未整理かつ未利用であった書簡資料にアクセスできたことから、通信販売の利用実態について、詳細な分析を行う準備が整えられた⁽²⁾。そこで、他の資料と突き合わせながら、田中本家の消費生活のなかで、通信販売の利用がどのような位置を占めていたのかを検討したい。この課題は、大きく分けて、以下の2つの研究史と接点をもっている。

第1は、地方資産家の消費生活に関する研究史である。戦前期日本における地方資産家の消費生活をめぐっては、近年、中西聡、二谷智子両氏によって、精力的に検討が進められている⁽³⁾。ここでは、複数の家の個別経営資料に基づき、消費生活の実態について詳細な検討が加えられ、階層性と地域差の問題や、小売商業および交通網の発達と「洋風化」との関係が、主な分析視角となっている⁽⁴⁾。そもそも消費生活には、家による違いが大きいという多様性が想定されることから、個別事例の詳細な分析を行う意義は大きく、両氏の成果に学ぶべき点は多い。しかし、多様性が想定されるだけに、事例や視角のさらなる豊富化が求められているように思われる。そのなかで、本稿の事例分析は、百貨店通販の利用という地方資産家の消費行動パターンを抽出し、消費生活におけるその位置づけを明らかにすることとなる。

第2は、百貨店に関する研究史である。戦前期日本における百貨店をめぐっては、1990年代に文化史・社会史的な研究が進み、建築、デザイン、広告などを含む学際的なアプローチによって、百貨店という小売革新がもつ多様なインパクトのありようが明らかにされた⁽⁵⁾。なかでも、流行を生み出すことで需要を創造していく百貨店の姿が明らかにされたことは、日本近代史像に新たなイメージが付け加えられるほどのインパクトをもっていたといえる。ただし、そうした百貨店のイメージが無限定に拡散してしまっている感も否めず、現在の研究状況は、百貨店が生み出す流行の影響力を、冷静に見定めるような議論が必要な段階にあると思われる。百貨店通販を扱った拙稿は、そうした試みの1つであったが⁽⁶⁾、本稿は、地方顧客の事例に即して、流行受容の実態についてより立ち入った分析を加えるものとなる。

以下、本論では、書簡資料が比較的多く残されていた大正期(1912～1926年)を中心に検討する。まず、①では、通信販売の歴史と、そのなかでの百貨店および三越の位置づけを簡潔にまとめた上で、これまでの研究で明らかにされてきた取引形態の特徴を確認する。次いで、②では、田中本家の家族構成を含めた概要を確認した上で、田中本家の家計における収支を概観し、さらに、田中本家に残る書簡資料を定量的に観察しながら通信販売の利用実態を把握する。最後に、③では、特に被服費に注目しながら、三越の位置づけと、地元須坂および長野市の商店との使い分けを明らかにした上で、書簡資料の内容を検討することで、通販利用の意義と限界について考察を深めたい。

①……………三越による通信販売の展開

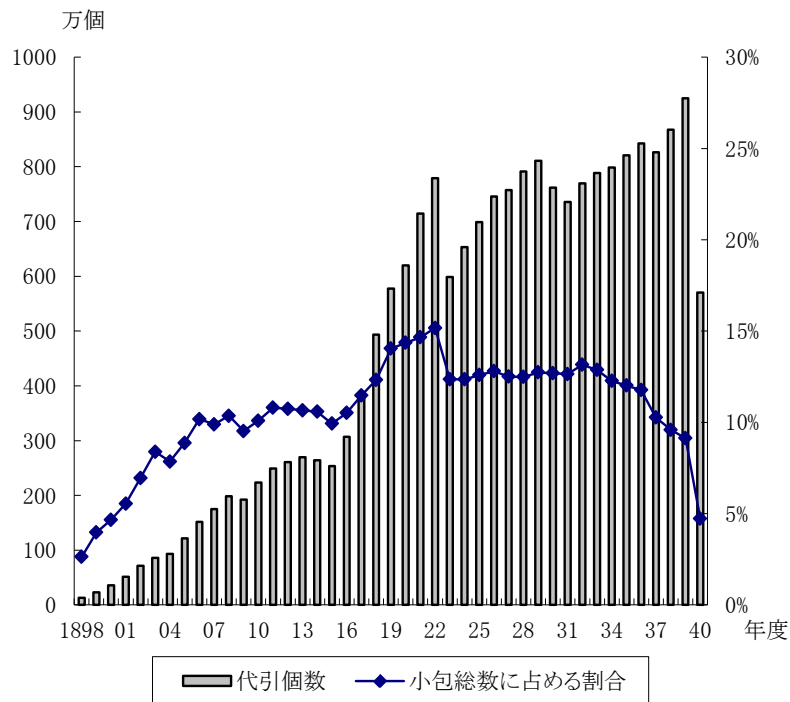
(1) 通信販売の歴史的展開

まず、議論の前提として、戦前期日本における通信販売の歴史的展開について概観する⁽⁷⁾。

日本における通信販売の嚆矢は、1876（明治9）年の農学者・津田仙によるトウモロコシ種子の販売にあるとされ、1880年代後半からは、農業者向けの種苗通販が隆盛を迎えた。1882（明治15）年には、東京・銀座の天賞堂が、印判のダイレクト・メールを作成しており、同店ではその後、時計や貴金属の通信販売を行っていきが、一般の消費財へ通信販売の利用が広がるのは、郵便制度の整備をうけてのことであった。すなわち、1892（明治25）年に小包郵便が、1896（明治29）年に代金引換小包郵便が開始され、1906（明治39）年には郵便振替もはじまった。これに伴い、1900年前後から、呉服、洋服、靴、薬、化粧品、茶、水晶、金庫などが通信販売で売られるようになり、専門の通販会社が勃興するとともに、新聞社や出版社もさまざまな商品を副業的に販売する動きが広がった。1920年代に入ると、女性向けの婦人雑誌各誌は、「代理部」という部門を設け、誌上で紹介した商品を通信販売で全国へ販売して隆盛を迎えるが、通信販売全体としては、店舗小売業の展開に伴って、以後、停滞的に推移していくこととなった。

戦前期については、通信販売の売上高に関するまとまった統計データが存在しない。そこで、1つの代理指標として、代金引換小包郵便物数の推移を示したのが、図1である。もちろん、通信販売の商品は、代金引換小包郵便以外の方法でも配達されており、逆に、代金引換小包郵便のすべてが通信販売に関わるものともいい難い。ここでは、そうした限界に留意した上で、あくまでも1つの目安として図1をみておくと、おおよそ1900年代から1920年代初頭までの発展局面と、1920年代半ばから1930年代までの停滞局面とに大別できることがわかる。1923（大正12）年度に大きな落ち込みをみせているのは、関東大震災に伴って東京や横浜の通販業者が被災したためであると考えられるが、その後は1931（昭和6）年を中心とした昭和恐慌期を挟んで伸び悩んでいたことがうかがえよう。なお、1940（昭和15）年度の急減は、同年11月に代金引換小包郵便の取り扱いが停止されたことによる⁽⁸⁾。

こうしたなかで、通信販売業界の最大手に位置したのは、百貨店、なかでも三越であったと考えられる。百貨店の通販事業は、1920年代初頭にかけて、富裕層を対象に一定の成功を収めていた。三越を例にとれば、1898（明治31）年には専門の部署として外壳係のなかに地方販売部が置かれ、1900（明治33）年には、これが地方係として独立した。1910（明治43）年頃には、地方係の販売高が、総売上高の5分の1から4分の1を占め、金額でいえば200～250万円に上ったと推計される。1日当りの手紙到着数は、平均で1,000通を数え、月刊のカatalog『みつこしタイムス』は、月3～5万部発送されていたという。また、1911（明治44）年には、東京市内の各郵便局から発送された代金引換小包郵便の約14%が三越によるものだったといわれ、その数約14万個、書留小包郵便を含めると、年間発送数は20万個程度であったとみられる。さらに、東京本店においては、通信販売部門の人員数が、大正前期にかけて100人弱で推移しており、部門別にみても、上位2、3番目という位置にあった。総じて、大正期にかけての三越では、通信販売が一定の拡大を果たしていたと評価できる。



(出所)『通信統計要覧』および『郵便統計要覧』各年より作成。
(注)年度は会計年度。

図1 代金引換小包郵便物数の推移

そもそも、日本の百貨店は、1905（明治38）年に三越が主要新聞各紙に発表した、いわゆる「デパートメントストア宣言」を1つの画期として勃興した。厳密に言えば、1890年代以降、江戸時代に「大店」と呼ばれた呉服店のなかから、百貨店化に向けた経営改革に乗り出す商店が表れ、「デパートメントストア宣言」自体も百貨店の完成を宣言したものではなく、これから百貨店になっていくという目標を宣言したものであった。実際に、三越においては、「洋服部」は1906（明治39）⁽⁹⁾年、「写真部」「靴部」「新美術部」は1907（明治40）年、「子供部」（=子供用品部門）は1908（明治41）年、「家具加工部」は1910（明治43）年、「食料品部」「茶部」「鯉節部」「花部」は1914（大正3）年に設置されるなど、本格的に百貨店としての取扱商品を揃えていくのは、「デパートストア宣言」よりも後のことであった。三越の動きに刺激されて、白木屋、高島屋、松坂屋、松屋といった呉服店も百貨店化を進めた結果、大正期には、名実ともに百貨店が成立していくこととなったのである。百貨店による通信販売の拡大は、こうした背景を有するものであった。

(2) 百貨店通販における取引形態の特徴

続いて、百貨店通販における取引の特徴を整理しておきたい。⁽¹⁰⁾

まず、三越では、通信販売は「流行」の中心にいる店が行わなくては成功しない、という認識をもって事業にあたっていた。たとえば、地方係員の笠原健一という人物は、「今日では東京の流行が全国の中心になつて居るから、店も亦た東京の流行の中心になつて居なければ、わざわざ地方から注文して来ない」ので、「誰でも通信販売をして成功すると云ふ訳には行かぬ」と述べている。⁽¹¹⁾裏を返せば、三越は流行の中心だから通信販売で成功しているのだ、ということであろう。三越が流行

研究会などを通じて流行をアピールしていた点はよく知られているが、通信販売に際しても同様の姿勢で取り組んでいたのである。

一方、地方顧客の側にも、都会の流行に後れたくない、という強い欲求があった。たとえば、三越がカタログ上で募集した通信販売への不満・要望に対して、とある地方顧客は次のような文章を投稿している⁽¹²⁾。

余り馬鹿げた話しなれども、『三越には地方係を別に設け、直接買いに行く客に売る品と、地方に送る品とは多少相違せり。流行の点に於ても多少後れて居りはせぬか。地方地方といはるる人は人を田舎者扱ひにせらるる気味ありて、何となく気になつて注文する気になれない。』と申すものあり。誤解には相違なれども、御一考を乞ふ。

ここからは、「地方」という言葉に反感を覚え、「流行」に「後れ」ることを恐れる地方顧客の姿がみえてくる。当然、三越の側はこうした事実がないことを強調しているが、おそらくこのような声が一因となって、まもなく「地方係」から「通信販売係」へと改称された。

では、三越の通信販売を通じて、都会の「流行品」が全国へ滞りなく広まっていったのかといえ、決してそうではなかった。この問題を考えるには、取引形態の実態をみておく必要がある。

そもそも、三越をはじめとする戦前期日本の大手百貨店では、取扱商品を網羅したカタログを作成しておらず、総じてカタログとしての機能が貧弱な「PR誌」を発行するにとどまっていた。おおよそ、全体で数十頁という分量である上に、個別アイテムの紹介は、最新流行品や季節商品の一部に限られ、それ以外については取扱商品の一覧である定価表に品目名と価格が記載されているのみであった。大正期の三越でいえば、個別アイテムの紹介はせいぜい100点前後にとどまるのに対して、定価表では1,500以上の品目が羅列されるという状態であった。そのため、一般的なカタログ販売とはおよそ異なる取引形態がとられていた。

取引のおおよその流れは次の通りである。すなわち、顧客がカタログや小冊子などを参考にして注文状を作成し、それを百貨店に郵送すると、注文状を受け取った百貨店では、通販部門が商品を取り揃えて小包郵便や鉄道便などにより商品を顧客へ送付した。代金の決済については、長期の取引関係にある顧客や、「知名の士」には例外的に掛売りを認めていたが、大部分の顧客には郵便振替による前払いか、代金引換郵便の利用が求められた。また、商品の返品や交換については認められていたが、誂え物については、加工後の返品・交換ができない決まりとなっていた。

そうしたなかで、主力商品であった呉服類では、顧客が自らの年齢、背丈、顔形、体格、肌色、着用場面などを書き添えた注文状を送り、店側がこれをもとに、その顧客にふさわしいものを仕立てて送る、という方法がとられており、その技量が「呉服店」としての腕の見せ所になっていた。そして、雑貨類でも同じように、顧客が個別アイテムを自ら指定するのではなく、品目や価格を指示するのみという注文方法が一般的であった。先にみた地方顧客の疑念も、こうした取引形態に由来するところが大きかったといえる。

ややあとの時代になるが、昭和初期の商業雑誌に、松屋銀座店に対する実際の注文状と、同店通信販売係長によるそれへの対応例が掲載されているので、ここで簡単に紹介しておきたい⁽¹³⁾。たとえば、北海道のある顧客から、「今度の暑^マ処の流行物かんたんな仕立上げスカート着^マき、十七、八才用」という注文があり、その差出人が「TOSHITAKE HANAYO」と表記されていた。この注文に対し

て通信販売係では、「署名は英字のところを見ると其地のモダンガールの方でせう」と大胆に推定した上で、「そのつもりで柄もハイカラなお値段も相当に好いところを送」るべきだと述べている。また、別の事例では、「造花花わ（計四寸位） 一ツ 一円半位」や「模様のあるオモチヤ、女二才用、木製 一ツ 一、〇〇位」といった注文がみられ、雑貨類でも個別アイテムの選択が店側に委されていたことがうかがえる。

このように、顧客が品目と値段を指定するのみで、個別アイテムの選択を店側に委せるという方式は、「代理選択」（entrusted choice）とでも呼ぶべきもので、通常のカatalog販売とは異質な取引形態といえるが、なぜカatalog販売が中心にならず、代理選択という方式がとられていたのかといえば、「百貨」店ゆえの取扱品目の多さ（→カatalogの製作コストを押し上げる）という一般的な理由に加えて、次の2点を指摘することができる。

第1は、流行がもつ特性である。たとえば、三越では、「何故〔丸帯の〕見本を配付せざるか」という地方顧客からの問い合わせに対して、「春夏秋冬に由て其流行を異にし、老若により、意気向、又は地味向によつて其趣向を別にし、流行は流行を追ふといふ有様で御座いますから、其総ての柄合を集むる事は到底出来難い」と回答している⁽¹⁴⁾。ここからは、移り変わりが激しいという「流行」の特性が、カatalog製作を困難にする要素の1つになっていたことが推察できるだろう。

第2は、地域差への対応である。これに関しては、先ほどの引用で流行の重要性を強調していた三越地方係員が、同じ文章のなかで次のように述べている⁽¹⁵⁾。

流行は東京を中心として居るとは云ふものの、国々の気候に依つて風俗も異つて居る。冬長く、夏の短い地方などは、朝晩冷えるので、白つばい物を送る訳に行か無いから、成可く黒掛つたものを送らなければならぬ。或は又た土地に依て派手な地方もあれば、地味な地方もある。新開地などは尚更派手な上等なものを好むやうな訳であるから、品物を見立てるにも、夫れを念頭に置いて鑑別しなければならぬ。

つまり、単に都会の「流行品」をそのまま販売すればよいというわけではなく、趣味嗜好の地域差を加味することが重要だといっているのである。

この2点目に注目すれば、三越の通信販売を通じた流行の伝播と受容は、都会から「地方」へ、という一方向的なものではなかったといえる。すなわち、先にみたように、地方顧客の側は、主観的には都会の流行に後れたくない、そのまま受容したい、という欲求を強くもっており、三越の側も、そうした欲求に応える形で、都会の流行を強くアピールしていた。しかし同時に、個別アイテムのレベルでは、都会の流行品をそのまま販売しても、地方顧客に直ちに受け入れられないだろうと三越は考え、代理選択を通じて嗜好の地域差を加味した商品を販売していた。そして実際に、そうした発想で取り組まれた通信販売が、大正期にかけて一定の成功を収めていたのである。先の投稿のように、地方顧客の側は、地域差が加味されていると知れば、「田舎者扱ひ」されていると怒り出すかもしれないが、自覚していたかどうかは別にして、三越が選択してくれた商品に、ともかくも満足していたということになるだろう。そうでなければ、三越による通信販売の拡大は説明がつかないからである。

しかし、個別の顧客に即してみた場合に、そもそも代理選択という方式で、本当に顧客は満足できたのであろうか。あるいは、返品や交換が多発するような事態は生じなかったのであろうか。「は

じめに」で述べたように、これらの素朴な疑問を含めて、長野県須坂地方に位置する田中本家には、大正期における通信販売の利用実態を明らかにできる貴重な資料が残されている。項を改めて、田中本家における通販利用の実態について検討していきたい。

②……………田中本家による通信販売の利用

(1) 田中本家の概要

田中本家は、1733年に穀物などの商いをはじめた初代新八を始祖とする。1745年には、須坂藩より御用金の取り扱いを命ぜられ、以後、代々御用商人を勤めた。やがて酒造業などにも進出し、1820年頃からは、江戸（日本橋など）に土地を買い求めて、町屋敷経営に乗り出した。このように、近世から江戸との関係をもっていたことは、通信販売を利用するに至った機縁との関わりを想像させるものがあり、実際に、明治初年には東京でたびたび買い物をした記録が残っている。しかし、残念ながら、三越に連なる手がかりは今のところ見つかっておらず、三越との関係がいつから始まったのかは不明である。なお、1870（明治3）年には、豪農商が焼き打ちの対象となった須坂騒動により、居宅などを焼失した⁽¹⁶⁾。

1880年代前半の松方デフレ期になると、田中本家は土地の集積を急速に進め、小作料や家屋賃賃料に依存する地主経営へと傾斜していった⁽¹⁷⁾。その後、大正期には、長野県内でも屈指の大地主として、農商務省編『五十町歩以上ノ大地主』（1924〈大正13〉年）という大地主の名簿に名を連ねるに至った⁽¹⁸⁾。すなわち、この名簿には、長野県で計31名の大地主が掲載されているが、そのなかでも、田中本家の耕地所有面積は田畑合計82.5町歩で長野県の第10位、小作人の戸数は423戸で長野県の第5位という上位につけている。後述する1924（大正13）年の収入状況を見ると、実収入は家賃地代と小作料からなっており、商業収入は皆無であったため、少なくとも、大正期から戦後の農地改革に至るまでは、田中本家を「豪商」ではなく、地主として捉えておく必要あると考えられる。

田中本家が位置する須坂という地域に目を向けると、幕末開港以降、須坂の一带は、諏訪に次ぐ有数の製糸業地帯となり、製糸業に進出して財をなす家を数多く輩出した⁽²⁰⁾。そうしたなかで、田中本家は製糸業には乗り出さず、地主経営を推し進めていった点に特徴がある。そのため、昭和恐慌を通じて製糸業が衰退するなかで、須坂の多くの家が没落していったが、田中本家はその影響を免れていた。消費生活という点でも、現在、資料が残っている範囲では、製糸経営で財をなした家々には、東京の百貨店から消費生活に関わる商品を購入していた形跡がなく、その点でも、田中本家は地域内で特異な位置を占めていたように思われる。

ところで、図2は、本稿が対象とする時期の田中本家の家系図を整理したものである。これによれば、田中本家は、佐賀（8代）、田鶴（10代）と女系が続くなかで、いずれも養子として迎えた夫が、結婚後に早世する事態に見舞われた。1919（大正8）年に生まれた太郎（11代）は、田中本家で百年ぶりの男子ということで大切に育てられ、親族の田中邦治が父親代わりの後見人を務めたという⁽²²⁾。大正期の消費生活との関わりで注目されるのは、田鶴の結婚、千よふ・太郎の誕生という大きなライフ・イベントが相次ぐ点であり、後述する三越からの購入品についても、こうしたライ

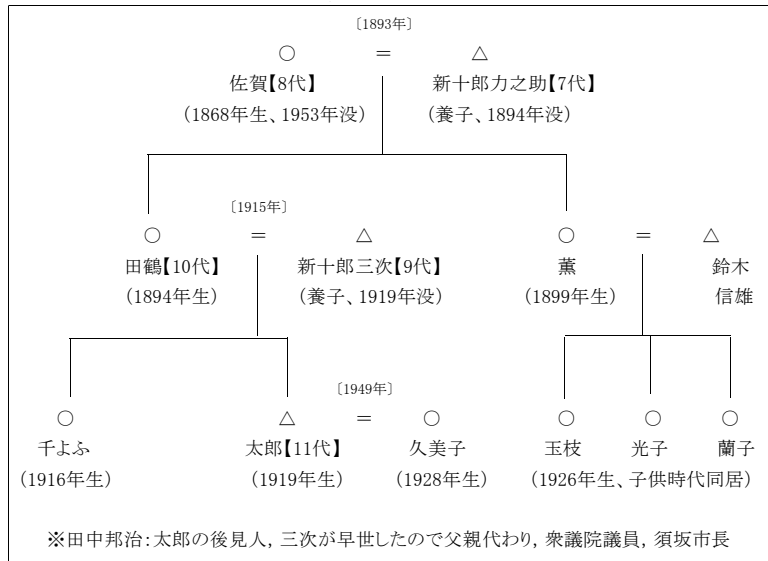


図2 田中本家系図 (明治中期～昭和初期)

フ・イベントとの関わりがみてとれる。

加えて、家計管理者という点では、佐賀の役割が大きかったようである。太郎の妻・久美子 (1928 (昭和3) 年生まれ) は、次のような回想を伝えている。⁽²³⁾

佐賀は衣装選びから手入れ・収納まで自ら采配を振るって、当家に貴重な宝をのこした功労者です。〔中略〕家付き娘であり、婿を迎えたものの早逝され、多くの苦難を乗り越えて女当主として家を守ってきた気丈な人です。／土屋玉枝さん〔家系図参照〕によると、当時、長野の何軒もの呉服屋さんが交替で、藍染の風呂敷に反物を背負って通って来ました。これらの反物の見立はすべて佐賀が取りしきっていたようですが、必ずその呉服屋さんで昼食を振舞い、しかも手ずから作った一品を必ず添えてもてなしました。佐賀は料理上手で、孫たちの弁当を毎日作り、しかも弁当箱を必ず熱湯消毒していた人です。こまやかさと几帳面さを兼ね備えた佐賀の采配によって、手抜きなしの収納も行われたのでしょうか。

このなかで、長野の呉服屋が何軒も出入りしていたという記述は、後述の分析にも関わるが、いづれにしても、大正期には、佐賀が中心となって田中本家を切り盛りする状況にあったとみてよいだろう。

(2) 収支の概要

表1は、田中本家における収入の推移を示したものである。収入を示すまとまった帳簿は、1916 (大正5) 年から存在するため、これを整理した。収入総額には、借入金・預貯金引出しなどを含んでおり、家賃地代・小作料は、ほぼ実収入とイコールになっている (後述)。そこで、家賃地代・小作料の推移をみると、当年価格では、表示した期間はおおむね増加傾向を示しているが、第一次世界大戦期は物価が著しく高騰した時期として知られる。そのため、実勢をみるには、その影響を考慮する必要があり、表1には、1924 (大正13) 年の消費者物価を基準とした実質価格ベースでの推移も整理した。これをみると、大きな変動があったことが読み取れる。

表1 田中本家における収入の推移

	当年価格		B/A	実質価格 (24年基準)	
	収入総額 (A)	家賃地代・小作料 (B)		収入総額	家賃地代・小作料
1916年	27,146	22,697	83.6%	56,284	47,059
1917年	42,773	18,246	42.7%	72,308	30,844
1918年	57,515	20,510	35.7%	72,241	25,762
1919年	97,252	29,586	30.4%	91,813	27,931
1920年	77,312	34,555	44.7%	69,796	31,195
1921年	64,956	27,020	41.6%	63,972	26,611
1922年	82,433	28,342	34.4%	82,433	28,342
1923年	—	36,585		—	36,926
1924年	154,840	34,970	22.6%	154,840	34,970
1925年	108,744	42,885	39.4%	107,422	42,363

(出所)「大正五年度 収入支出帳」(田中本家資料,生活1-211),「大正六年度 収入支出帳」(生活212),「大正七年度 収支明細帳」(生活213),「大正八年度 収支明細帳」(生活214),「大正九年度 収支明細帳」(生活215),「大正拾年度 収支明細帳」(生活216),「大正拾壹年度 収支明細帳」(生活217),「大正十二年度 収入調」(商業2-148),「大正拾参年度 収支明細帳」(生活1-218-2),「大正十四年度 日計簿」(生活1-219)より作成。

(注1)金額の単位は円。

(注2)実質価格は、1924年を基準とする消費者物価にてデフレートしたもの。大川一司ほか『長期経済統計8 物価』(東洋経済新報社,1967年)134頁のデータを利用した。

表2 田中本家における収支内訳(1924年7-12月)

項目	金額	構成比	項目	金額	構成比
実収入 (A)	20,678	100.0%	消費支出 (E)	10,744	100.0%
家賃及貸地料	8,803	42.6%	賄費	2,824	26.3%
小作料	6,473	31.3%	被服費	1,695	15.8%
初売却代及土地代	3,728	18.0%	備品費	165	1.5%
自作農作物	306	1.5%	消耗品費	851	7.9%
株券配当	963	4.7%	通信費	67	0.6%
雑収入	405	2.0%	教育費	9	0.1%
実収入以外の収入 (B)	86,909		運賃	18	0.2%
預貯金引出・借入	86,538		車馬賃	358	3.3%
貸付返済	371		衛生費	170	1.6%
実支出以外の支出 (C)	77,374		贈与費	31	0.3%
株金払込	2,955		交際費	391	3.6%
預入・借入返済	73,383		雑給	2,122	19.7%
貸付	1,036		雑費	442	4.1%
非消費支出 (D)	17,115		雑支出	1,602	14.9%
税	9,751		収入総額 (A+B)	107,587	
保険費	565		支出総額 (C+D+E)	105,232	
利息	6,798		差し引き	2,355	

(出所)「大正拾参年度 収支内訳帳」(田中本家資料,生活1-218-1)より作成。

(注1)金額の単位は円。不突合は四捨五入による。

(注2)実収入のうち、「家賃及貸地料」は原資料の数字から「住宅修繕費」「貸家修繕費」を差し引いたもの。同様に、「小作料」は「小作料修繕費」,「初売却代及土地代」は「植林費」「農業費」「畜産費」をそれぞれ差し引いたもの。

(注3)「雑収入」は大部分が「小作料延引」。

(注4)「雑給」は使用人などに対する給与。

(注5)「雑費」は書籍代・新聞代や租税不足分など,「雑支出」は布施・心付・謝礼など。

(注6)表に挙げたほか,「田中邦治様勘定」として田中本家の「出」が2,048円,「入」が162円計上されている。同様に,「奥勘定」として「出」が3,260円,「入」が2,979円計上されている。

表1に示される収入の規模は、田中本家が資産家と呼びうる存在であったことを物語っている。たとえば、内閣統計局による家計調査（1926〈昭和元〉～1927〈昭和2〉年）によれば、銀行会社員の1ヶ月当り実収入は156円34銭、自作農家の1ヶ月当り実収入は112円53銭となっており⁽²⁴⁾、年額に直せば、銀行会社員が1,876円08銭、自作農家が1,350円36銭となる。田中本家の家賃地代・小作料は42,885円（1925年）であったから、実収入で比べると、銀行会社員の約23倍、自作農家の約32倍という高水準にあったことがわかる。

次いで、表2は、田中本家における収支の内訳（1924〈大正13〉年7-12月）を示したものである。田中本家自身の仕分けに基づく収支は、この期間についてのみ判明する。表に注記した通り、「田中邦治様勘定」と「奥勘定」は別勘定となっている。「田中邦治様勘定」は、邦治が立て替えた分の支払いが中心で、これを加えれば、支出総額が1,886円膨らむのに対して、「奥勘定」は、帳簿上の金銭の出入りを記録したもので、実際の収支はおおむね表の内訳に反映されている。

表2によれば、実収入の中心は家賃地代と小作料にあったことがわかる。他方、株式投資は不活発で、「株券配当」に示される配当収入の構成比はきわめて低い。また、実収入（A）から実支出（D + E）を差し引くと、7,181円ものマイナスとなり、帳簿の上では、これを預貯金の引き出しと借入金で賄っていたことになる。もっとも、これは1924（大正13）年下半期のみの収支であるから、通年でどうなのかは不明である。消費支出に目を向けると、賄費（＝食費）と被服費が中心となっているが、雑給や雑支出の構成比も高い。表に注記した通り、雑給は使用人などへの給与、雑支出は布施・心付・謝礼などからなる。昭和初期には使用人が20～30人ほどいたほか⁽²⁵⁾、「屋敷や家作の営繕・普請のために毎日職人が出入りしていた」とのことであるから、これらに関わる支出が多かったものと思われる。

(3) 書簡資料の定量的把握

では、田中本家における通販利用の実態はいかなるものであったのか。まずは、田中本家宛の書簡資料を定量的に把握するところから議論をはじめたい。田中本家には、大正期を中心とした3,600通弱の未整理書簡が保管されていたが、今回それらを整理した結果、通信販売に関わる書簡が約360通に上っていたことが判明した。全体として、書簡資料の残り方自体に、時期による偏りがみられるが、どのような経緯で、あるいはどのような基準で書簡が残されたのかは不明であるため、以下の分析から、利用頻度の時系列的な変化を推測することは、差し控えるべきであると考えられる。この点には十分留意されたい。

さて、表3は、通信販売関連の書簡のうち、東京所在の業者から発信された分を整理したものである。「合計」欄からみると、計221通を数え、これは東京所在業者以外によるものを含めた通販関連書簡全体の3分の2弱に上る。そのうち、百貨店によるものが103通を数えるが、なかでも三越が73通と突出しており、東京以外の業者から発信された書簡を含めても飛び抜けて数が多い。業者別にみれば、書簡を発信している業者数は67軒で、業種としては、百貨店のほか、服飾品、化粧品、薬、蓄音器・レコード、書籍、美術品、食料品などとなっており、うち39軒は書簡の内容から、田中本家が注文を発していたことが確認できる。積極的に通信販売を利用していたことがうかがえよう。

表3 通信販売関連の田中本家宛書簡(東京より発信分)

番号	差出・作成	所在地	年代	通数	内容
1	三越(百貨店)	日本橋区	1912-26年	73	別表参照, 注文あり
2	松屋(百貨店)	神田区	1912-14年	11	商品見本(12/4/29), 注文照会への返信(12/4/29), 洋服地見本見積もり(12/5/2), 見積もり(13/2/27), 注文(13/7/14), 注文(13/7/27), 注文(13/8/11), 羽折(13/8/12), 広告, 挨拶状
3	白木屋(百貨店)	日本橋区	1913-23年	11	流行縞ネル見本(13年), 注文照会への返信(座布団地, 22/7/3), 注文(23/4/16, 5.00), 舶来石鹸3個(23/4/17, 4.50), 広告, 挨拶状
4	三光堂本店(蓄音器)	京橋区	1913-14年	8	注文(13/2/28, 3.94), 太十(染太夫)(13/4/4), 音譜(13/4/29, 31.56), 注文(13/6/30), 注文(13/12/7, 5.32), 広告, 挨拶状
5	三銀愛陶会(美術陶器)	京橋区	1914-22年	8	頒布会の商品発送通知
6	松坂屋(百貨店)	上野	1921-23年	7	注文(21/12/24), 注文(23/2/1, 40.18), 駱駝シャツ2枚(23/1/30, 38.00), 本毛シャツ(23/2/5, 19.00), 品切れ詫び状(23/3/27), 広告, 挨拶状
7	日本蓄音器商会	京橋区	1913年	7	加藤清正毒饅頭2(13/7/25, 2.00), ドンブラコ及写用紙音譜(13/9/13), 注文照会への返信(13/10/8), 広告・注文用紙, 挨拶状
8	廣文庫刊行会	本郷区	1921-22年	6	広告
9	東洋蓄音器東京出張店	京橋区	1913年	5	広告
10	井筒屋香油店	日本橋区	1922-23年	5	すみれ一合瓶(22/11/15, 2.15), 寿一合瓶(2.15)・桜一号瓶(1.15)(22/5/15), すみれ一合瓶(23/3/13, 2.15), 広告, 挨拶状
11	報知社代理部	丸ノ内	1913-22年	4	蠅取紙照会への返信(13/7/17, 本年の取り扱いなし), 注文品(鮭の子粕漬)売り切れへの詫び状(22/7/24)
12	仲徳次郎(売薬化粧品)	神田区	1913-14年	3	輸入石鹸(13/11/21), 挨拶状
13	友田商店	日本橋区	1913年	3	注文(13/6/10, 0.48), 注文(13/7/7, 1.25), 注文(13/7/19, 0.48)
14	宅間末廣堂(毛染料)	浅草区	1922-23年	3	黒蝴蝶3(22/11/4, 1.50), 黒蝴蝶3(23/5/7, 1.50), 広告・注文用紙
15	大日本猟犬商会	麻布区	1922-29年	3	ヒツ助革2(1.00)・石ケン3(0.90)・ブラシ(0.90)(29/6/29), 土佐犬の価格照会への返事
16	日本畜犬協会	麻布区	1922年	3	首輪(1.70)・クサリ(1.40)(22/3/21), 広告
17	松井良輔商店(別荘間屋)	日本橋区	1923年	3	注文(23/1/22, 1.05), 注文(23/1/30, 4.03), 注文(1/17, 5.55)
18	金尾文淵堂(書籍)	麹町区	1913年	2	広告
19	大正美術会	本郷区	1913年	2	頒布会の広告
20	白牡丹本店	京橋区	1921年	2	差櫛2(9.20)・銀七(3.70)・帯メ組(0.68)・セルロイドローマ止(1.75)(21/9/7), 挨拶状
21	実業之日本社代理部	京橋区	1922-23年	2	鯿(22/1/20, 1.00), 広告
22	柳屋本店地方部(香油)	日本橋区	1922-23年	2	げし如園5(22/10/28, 1.00), 折司2(23/2/12, 0.70)
23	桐山商店(衣類用染料)	麹町区	1922年	2	挨拶状, 注文用紙
24	西川商店地方部	日本橋区	1922年	2	座布団20(22/9/26, 147.00)
25	佐々木商店(化粧品)	京橋区	1923年	2	ラクール(23/1/29, 3.30), 発送延引の詫び状
26	国華堂	本所区	1912年	1	注文照会への返信(12/17)
27	伊藤桜花園(化粧品)	本郷区	1913年	1	パンドラーホー江(2/16)
28	神田商店(羽毛貿易)	下谷区	1913年	1	体温布足布団(12/7, 2.30)
29	慈恵医院薬品部	神田区	1913年	1	広告・注文用紙
30	ラヂウム商会	京橋区	1913年	1	ワツセル(1.60, 12/19)
31	東京囀春書会(書画頒布会)	下谷区	1913年	1	広告
32	岡田商店(毛染料)	日本橋区	1914年	1	広告
33	絵画清談社(雑誌)	芝区	1914年	1	広告
34	川越書店(誠進堂)	神田区	1914年	1	広告・注文用紙
35	丸木写真館(丸木利陽)	芝区	1914年	1	挨拶状
36	十三や櫛店	池之端	1919年	1	注文照会への返信(2/7)
37	日本国写真通信社	麹町区	1919年	1	広告・注文用紙
38	丸善	日本橋区	1920年	1	オリオン万年筆(2.80)・オノト万年筆(7.00)・アルピオン万年筆(5.50)(20/2/24)
39	玉翁人形店	日本橋区	1920年	1	「金太郎荷造不都合」の詫び状(5/31)
40	尾崎養心堂(蟻よけ)	府中町	1921年	1	蟻よけ二円瓶(8/18)
41	功藝社(美術図書出版)	日本橋区	1921年	1	広告・注文用紙

42	尾崎光仁堂(蟻よけ)	日本橋区	1922年	1	広告
43	加藤商店(唐木細工)	神田区	1922年	1	挨拶状
44	資生堂通信販売部	京橋区	1922年	1	白粉(2/3, 0.80)
45	ジヤデン支社	本所区	1922年	1	汗止白粉(5/13, 0.60, ただし品切れ返金)
46	ライオン石鹸	本所区	1922年	1	洗三号石鹸 28個(8/3)
47	和光堂本店	神田区	1922年	1	注文(3/27, 2.00)
48	寿美礼堂・斉藤鐵太郎商店(化粧品)	両国	1922年	1	挨拶状
49	缶詰普及協会	麹町区	1923年	1	さけ缶(5/17, 0.90, ただし「当協会にては販売事務取扱不致」とのことで返金)
50	富澤国五郎(近江屋号)	本郷区	1923年	1	鯛めぶ(23/3/6, 3.50)
51	中山太陽堂(化粧品)	—	1923年	1	広告
52	山城屋商店(食料品)	日本橋区	1923年	1	あみ佃煮(4/17)
53	袴村伝兵衛(櫛)	京橋区	1923年	1	注文(4/18, 1.40)
54	清野書店通信販売部	千駄ヶ谷町	1925年	1	注文用紙
55	常盤書房	小石川区	1926年	1	土木行政論
56	婦女界社代理部	丸ビル	1926年	1	注文(26/8/23, 2.19)
57	澤田洋服店	京橋区	1927年	1	広告・注文用紙
58	岡本菊花堂(化粧品)	芝区	—	1	挨拶状
59	酒悦福神漬店	下谷区	—	1	福神漬(3/14, 0.50)
60	豊屋薬本舗	千住町	—	1	広告
61	東明商会卸部	本郷区	—	1	ブラシ(9/11)
62	ばら新(横山新之助)	本郷区	—	1	挨拶状
63	平尾賛平商店	—	—	1	広告
64	文正社(図書出版)	神田区	—	1	広告・注文用紙
65	三河屋和洋食料品店	京橋区	—	1	広告
66	吉田頑固店(薬)	浅草区	—	1	広告
67	山下紅療院製剤部	四谷区	—	1	広告
合計			221	発信業者 67軒(うち注文あり 39軒)	
百貨店計			103	三越, 白木屋, 松屋, 松坂屋	

(出所)田中本家資料, 書簡(未登録)より作成。

(注 1)「内容」欄には, 書簡から注文を確認できた場合にその内容を摘記した。カッコ内は年月日と価格。年不明のものは月日のみ。一部消印による。

(注 2)あて先は, 「田中本家」が100通, 「佐賀(子)」が92通, 「邦治」が4通, 「太郎」が3通, 「田鶴(子)」が2通, 「新十郎」が8通, その他不明。

表4 通信販売関連の田中本家宛書簡(東京以外より発信分)

番号	差出・作成	所在地	年代	通数	内容
1	日本蓄音機商会長野出張所	長野市西後町	1913-14年	17	音符1枚(13/2/15), 両面赤ローヤル 2 (4.00)・両面アメリカン(3.00)(13/6/20), 両面赤ローヤル 2枚返品(13/4/20), 昇ノノ谷1揃(13/9/14)三十三間堂(13/12/8), 両面赤ローヤル 4枚(8.00)・両面アメリカン 2枚(3.00), 広告, 挨拶状
2	藤井呉服店	長野市西之門町	1913-14年	15	御召羽織・縮緬友禅長襦袢(12/11), 御羽織裏甲斐縮・羽二重友禅(2/23, 電話注文), 紺緋御羽織裏瓦ス甲斐縮(2/15), ガス本紅(4/8), 瓦ス縮緬(3/3, 2.30), 帯(7/13), 朱子更紗5尺(0.95)・並更紗4尺2寸(0.41)・同式尺(0.22)・同1丈3尺5寸(1.35)(2/17), 縮(7/28, 電話注文), 注文, クリーム海気, 帯地11本(1/5, 電話注文), 御召羽織袖付なおし依頼(12/17), 「参上」した際のお礼と縮緬友染及白縮は3日頃持参できる旨(12/1)
3	和田呉服店	長野市西町	1913-23年	12	雲才(13/5/28), 風とん仕立(14/2/12, 電話注文), セル見本送付(22/5/6), 羽二重帯側(22/4/13), 男物着物(22/10/28), 広告, 挨拶状
4	西川洋品店(西川金助)	長野市大門町	1913-23年	9	婦人メリヤス肌着3枚(13/1/24, 2.55), 注文(13/11/24, 10.00), 上等ミュージョール(5.50)・上等スカーフ(4.65)(11/12), 子供服下着靴下返品, 広告, 挨拶状
5	中惣商店(豊表紙麻荒物)	長野市大門町	1914-23年	5	注文(22/9/23, 24.65), 注文(3/23, 54.00), 最上豊2反(23/5/31, 64.40), 挨拶状

6	阿羅屋履物店	長野市西後町	1921-22年	5	六寸アト歯下駄 2 足 (22/3/3), 細男物雨傘 2 本 (22/4/9, 8.60), 雨傘 (22/10/5)
7	池田元吉商店 (海産物乾物缶詰)	長野市間御所町	1922年	3	本場極最上鰹節16本入 (22/3/5, 23.85)
8	松屋洋品店	長野市	1912-14年	2	挨拶状
9	かなめや商店 (婦人小間物)	長野市元善町	1913-14年	2	モデル (14/4/15)
10	前嶋蓄音器部 (高田屋)	長野市大門町	1913-14年	2	東家楽燕新譜 (13/2/21), 広告
11	会津屋履物店	長野市大門町	1914年	2	挨拶状
12	松井屋履物店	長野市	1914年	2	丸下駄 2 (4/17, 1.22), 挨拶状
13	丸山茶店	長野市吉田	1919年	2	瀧の音詰半斤32本 (19/5/13), 瀧の音詰120斤 (144.00)・同詰半斤110本 (66.00)・玉露金龍22斤 (66.00)・玉露初摘15斤 (37.50)・玉露昇龍15斤 (30.00)・瀧の音 6 本 (1.80)・箱282 (14.10) (4/20)
14	東洋蓄音器商会	長野市権堂町	1922年	2	挨拶状
15	つづきや呉服店	長野市相生町	1922年	2	挨拶状, 広告
16	桜屋園 (林久左衛門)	長野市東之門町	1913年	1	赤土 (13/5/28)
17	紙屋洋物店 (渡辺太吉)	長野市大門町	1914年	1	挨拶状
18	坂本酒造場	長野県上水内郡	1914年	1	広告
19	清水屋呉服店	長野県下水内郡	1922年	1	挨拶状
20	原田吉太郎 (海陸物産)	長野市吉田	1922年	1	挨拶状
21	塚田岩次郎 (日野屋号)	長野市東之門町	1922年	1	挨拶状
22	深掘洋服店	長野市西後町	1922年	1	注文 (7/17)
23	中越屋漆器指物商店	長野市西後町	1923年	1	鎧旭 (9.20)・武者 (4.80) (23/5/25)
24	蜂須賀忠四郎 (山林種苗木業標本)	長野県西筑摩郡	1925年	1	広告
25	石坂重太郎 (能登重, 鰹節杏)	長野市後町	1928年	1	鰹節 (28/11/29, 17.90)
26	大内洋物洋服店	長野市後町	—	1	広告
27	堀内国助商店 (図書文具雑貨)	長野県須坂上町	1923-26年	2	広告
28	エム商会薬品部	長野県須坂町	1922年	1	挨拶状
29	北村洋品店	長野県須坂町	1922年	1	広告
30	山本庄助商店 (屏風襖製造)	大阪市東区	1922年	3	屏風金物 (22/6/9), 注文 (22/7/3, 400.00)
31	藤沢友吉商店 (薬種問屋)	大阪市東区	1922-23年	2	加工樟腦 (22/9/5, 2.50), 同 (23/6/21, 2.60)
32	中山太陽堂 (化粧品)	大阪市南区	1923年	2	広告
33	関西婦人新聞社	大阪府枚方町	1921年	2	新聞 (0.50), 広告
34	灘萬食料品店	大阪北浜	—	1	広告
35	日光社	大阪市北区	1922年	1	注文 (7/28)
36	片桐周平 (信濃屋, 米穀)	新潟県新井町	1922-23年	5	白米 (22/2/13, 35.40), 白米 (22/6/1, 34.60), 白米 (23/6/20, 17.00), 白米 (23/12/24, 105.40), 挨拶状
37	宮崎大助 (絹織物)	新潟県小千谷町	1926年	1	広告
38	高橋■店 (栗飴翁飴)	新潟県高田市	1913年	1	注文 (13/11/23, 1.20)
39	阪上牡丹園 (苗木)	兵庫県川辺郡	1913-14年	5	牡丹苗ほか18 (14/10/9, 16.74), 広告・注文用紙, 挨拶状
40	薔薇園植物場	兵庫県川辺郡	1922-23年	4	種子など (22/12/25, 5.20), 広告, 挨拶状
41	堀内光影堂 (写真機)	横浜市	1914-19年	4	注文 (20/5/16, 50.00), 注文 (19/6/16, 5.85), 広告・注文用紙, 挨拶状
42	旭店	神奈川県小田原	—	1	塩辛 (11/14, 0.62)
43	十一屋呉服店通信販売部	名古屋市	—	2	広告・注文用紙
44	山弥漆器店 (山本弥平)	石川県輪島	1923年	4	上等重箱, 挨拶状
45	蜂須賀忠四郎 (山林種苗木)	岐阜県	—	1	挨拶状
46	山城園小売部	京都府田辺町	—	1	広告
47	平山長松 (薬)	千葉県上総	—	1	広告
48	朝鮮人参製剤所	朝鮮・京城	—	1	広告・注文用紙
49	飯田商店	北海道根室	1925年	1	鮭 (25.05)・筋子 (24.60) (12/25)
合計				140	発信業者49軒 (うち注文あり26軒)
長野県計				97	発信業者29軒 (うち注文あり14軒)

(出所) 田中本家資料, 書簡 (未登録) より作成。

(注 1) 「内容」欄には, 書簡から注文を確認できた場合にその内容を摘記した。カッコ内は年月日と価格。年不明のものは月日のみ。一部消印による。

(注 2) あて先は, 「田中本家」が104通, 「田鶴 (子)」が10通, 「新十郎」が6通, 「邦治」が5通, 「太郎」が1通, その他不明。

(注 3) ■は印判が薄いため判読不能。

他方、表4は、東京以外の業者から発信された通信販売関連の書簡を整理したものである。「合計」欄からみると、計140通を数え、これは東京所在業者によるものを含めた通販関連書簡全体の3分の1強に上る。そのうち、長野県に所在する業者からの発信書簡が97通を数え、その大部分は長野市所在の業者からのものとなっている。ほかには、大阪や新潟がやや多いが、それほど目立ったものではない。業者別にみれば、発信業者数は49軒で、うち26軒は注文を確認できるが、書簡数の上位は長野市の業者が占めており、田中本家が繰り返し注文を行っていたことも確認できる。

以上、表3と表4を通して浮かび上がってくるのは、田中本家が積極的に通信販売を利用していた事実である。おそらく、ダイレクト・メールを受け取って気になるものがあれば、ひとまず注文をしてみる、といった姿勢で利用していたと推測される。そのなかには、繰り返し注文を行う業者と、そうでない業者とがあった。最も頻繁に利用していたのが三越で、次いで長野市のいくつかの業者と、三越以外の百貨店をはじめとする東京所在業者を多く利用していたことが確認された。特に、長野市の業者がそれなりに大きな位置を占めていたこと、すなわち、東京との関係だけではなく、近傍の地方都市との関係が密接であったことは、地方資産家による通販利用の実態を考える上で、1つの重要な発見といえるだろう。以下の行論でも、三越だけでなく、長野市所在の業者にも注目して議論を進めたい。

③……………田中本家からみた三越の位置づけ

(1) 買い物圏と消費生活における位置づけ

表5は、1921（大正10）年の田中本家の収支を示す帳簿から、東京所在業者からの購入とみられる記録のみを摘記して整理したものである。あくまでも東京所在業者であることが判明した例のみという限界はあるものの、この表5に示されるのは、1921（大正10）年における購入記録の全容であるため、1年間にどれだけ通信販売を利用していたのかを知る手がかりとなる。これによれば、年間総額で866円40銭を、東京所在業者からの買い物に使っていたことが読み取れるが、この額は消費支出の1割程度にあたる。やはり無視し得ない大きさであるといえよう。支払先としては、三越が回数・金額とも突出しており、購入金額は東京所在業者合計の76%を占めている。三越以外にも、繰り返し注文する業者は、全体の3分の1程度に上り、他の業者へは1回の注文にとどまっている。内容をみると、百貨店以外では、別珍足袋、井筒油、白髪染め、防虫薬、書籍・雑誌などが目に付く。

次に、表6は、三越からの購入品の事例を示したものである。表に注記した通り、ここには、書簡からの判明分を中心として、田中本家に所蔵されていた領収証の綴りから判明した事例を加えてある。書簡の残り方が完全でないと思われる点は前述の通りであり、領収証についても、購入品の内訳まで記載があるものは一部にすぎず、また、分量が膨大であるために部分的な検討にとどまっている。したがって、同表は購入品の全貌を示すものではなく、あくまでも事例を示したものにすぎない点に留意されたい。

表5 田中本家における東京所在業者からの購入記録(1921年)

支払先	回数	総額	内容	表3
三越呉服店	23	659.47	買物代送金(1/22, 4/2, 6/8, 6/29, 8/3, 8/14, 12/26), 書留小包料(1/17, 5/9, 5/10, 7/5, 7/16, 7/26, 7/28, 8/16, 12/7), 買物残金為替書留料(2/25), 安楽椅子買入運賃支払(9/20), 洋服代金引換郵便払(9/24), 買物代為替送金(11/24), 商品切符買入代送金(12/22)	番号1
里村商店	6	8.64	蠅取飴買入代送金(6/28, 7/12, 8/3, 8/28, 9/29, 11/3)	
主婦之友代理部	4	9.75	本買入代送金(5.32), 買物代送金(3/5, 12/12), 買物代不足金(3/4)	
報知社代理部	4	5.50	買物代送金(3/1, 3/3), さんゼロ石鹸買入代(3/14), 蚊遣粉買入代(7/31)	番号11
すがた社	4	4.30	婦女画報本年分送金(3/3), 雑誌買入代送金(5/4), 雑誌買入代送金(5/4), 十月号雑誌代送金(9/24), 日本婦人1冊買入代送金(11/21)	
白木屋呉服店	3	38.62	反物買入代送金(5/12), 白木タイムス1ヶ年購読料(5/12), 買物代送金(7/9)	番号2
松坂屋	3	28.74	買物代集金郵便局払(12/12), 書留小包料(12/17), 代金引換郵便(12/28)	番号6
松井良輔商店	3	10.68	別珍足袋買入代送金(1/7, 1/26, 12/20)	番号17
井筒屋商店	3	8.01	井筒油買入代金引替(1/12), 寿みれ1瓶買入代(6/18), 買物代送金(11/30)	番号10
佐々木商店	3	7.46	白髪染薬買入代金(5/19, 11/1), 買物不足代送金(11/8)	番号25
帝國製薬株式会社	3	3.69	ナフタリン買入代送金(4/13, 9/19, 12/19)	
山城屋商店	2	8.50	鮭粕漬買入れ代送金(1/28), 買物不足分送金(2/2)	番号52
小華園	2	1.91	まげ買入代金(7/1), 書留小包料(7/8)	
アルス商会	2	1.07	雑誌買入代(4/9), 雑誌半ヶ年代送金(5/28)	
東京社	1	9.63	婦人画報1ヶ年分購読料振替送金(12/10)	
丁字堂薬房	1	6.59	薬買入代送金(1/4)	
日本婦人社	1	6.35	雑誌1年分購読料送金(12/30)	
実業之日本社	1	5.04	婦人世界1ヶ年分購読料(12/17)	
浜田屋商館	1	4.25	犬の首輪買入代金(5/1)	
東京美術館	1	3.57	絵画清談購読料1ヶ年分(6/19)	番号33
金井信生堂	1	2.65	雑誌買入代(7/12)	
尾崎養心堂	1	2.33	蟻除薬買入代送金(8/16)	番号40
ライオン石鹸	1	2.33	買入代(11/8)	番号46
桐山染料商会	1	1.97	送金(3/23)	番号23
寿みれ堂	1	1.83	寿みれ洗粉買入代(7/18)	番号48
酒悦商会	1	1.75	福神漬買入代送金(7/31)	番号59
福々堂	1	1.67	灰色トづくつくかい買入代金(11/20)	
大同書会	1	1.35	書勢雑誌代3ヶ月(6/6)	
東京社薬品部	1	1.33	薬買入代送金(6/30)	
万弁舎	1	1.30	自然晒粉買入代送金(11/20)	
熊沢金盃堂	1	1.23	買物代送金(3/3)	
銭台商店	1	1.23	金属磨液買入代(8/25)	
柳屋	1	1.23	粉石鹸買入代送金(7/27)	番号22
有信堂	1	1.23	貧血効能薬買入代(3/16)	
誠善堂	1	1.21	売薬買入代送金(1/12)	
尾崎光仁堂	1	1.17	蟻退除薬買入代送金(7/31)	番号42
誠文堂	1	1.17	子供絵本買入代金(4/5)	
東明商会	1	1.17	買物代送金(9/10)	番号61
宅間末廣堂	1	1.16	白髪染買入代(4/24)	番号14
理容館	1	0.91	白粉買入代(9/24)	
正光堂	1	0.75	買物代送金(3/16)	
一貫堂	1	0.73	蠅取飴買入代(7/12)	
西ヶ原種苗店	1	0.61	絹糸原買入代金(8/3)	
浜田カバン店	1	0.18	書留小包(5/2)	
(不明)	2	2.14	まげ2個買入代送金(4/10), 薬買入代送金(5/9)	
合計	97	866.40		

(出所)「大正拾年 収支明細綴」(田中本家資料, 生活1-216)より作成。

(注1)金額の単位は円, 小数点以下は銭の単位を示す。

(注2)「内容」欄のカッコ内は, 月日を示す。

表6 田中本家における三越からの購入品の例(暫定版)

年月日	方法	金額	内容	出所		
1910年	3月11日	通信	66.09	島八丈(9.70), 米沢琉球(7.70), 紋御召(27.80), 糸織(10.20), 同(10.40), 取立料(0.29)	生活2-378	
	12月5日	店頭	36.35	色モス(2.10), 不明(4.95), マント(8.80), 紋御召1反(20.50)	別置	
1913年	3月21日	通信	27.13	オリヂナル1ヶ(1.20), 紙白粉1冊(0.10), 香気紙1打(0.25), 紅板1ヶ(0.38), 香の袖2ヶ(0.30), 京華唐織9寸1本(9.00), 博多織9寸1本(6.90), 千代唐織9寸1本(9.00)	7-35	
1914年	3月22日	通信	17.30	京華織9寸1本(8.40), 京華織9寸1本(8.90)	11-8	
1919年	12月24日	通信	117.15	靴下1足(1.50), 同(1.20), 華香お召1反(19.00), 華陽銘仙2反(21.60), 好和織1反(33.80), 縞大島1疋(39.60), 小包料(0.45)	雑件の一1-202	
1921年	2月21日	通信	3.30	紺キヤラコ足袋3足(3.12), 小包料(0.18)	雑件の一1-221	
	3月12日	通信	25.55	封筒10帖(1.20), 便箋5冊(1.55), 女児用靴1ヶ(1.55), 模様名仙1反(20.50), 荷造箱代(0.30), 小包料(0.45)	雑件の一1-213	
	5月7日	通信	50.24	男児帽子(2.40), 女児帽子(2.70), 荷造(0.48), 小包(0.36), ワイシャツ(4.80), 荷造(0.60), 小包(0.45), 本ネル地2反(38.00), 小包(0.45)	雑件の一1-215	
	6月6日	通信	40.60	麦稈帽子(5.00), 荷造(0.45), 小包(0.36), 茶靴(3.00), ヘラ(0.20), 同(0.30), 友染近江麻縮片側帯2本(7.60), 紋羽二重兵児帯1本(5.65), 緋名仙1反(17.50), 小包(0.54)	雑件の一1-215	
	6月8日	通信	9.18	縞本ネル(御遣し品)湯通し代1反(0.17, 男物), 生モス裏袷肩当1組(1.15, 男物), 同敷当1枚(0.32, 男物), 仕立代1枚分(1.55, 男物), 縞本ネル(御遣し品)湯通し代1反(0.17, 女物), 生モス裏袷肩当1組(1.15, 女物), 仕立代(1.55, 女物), 紺キヤラコ足袋3足(2.76), 小包料(0.36)	雑件の一1-215	
	8月14日	通信	155.59	小紋主紹御召5尺1枚(37.14), 小紋ジョゼット縮9寸1反(38.00), 曙染紋紗縮9寸1反(35.00), 友染紹紋縮9寸1反(44.60), 荷造箱代(0.40), 小包料(0.45)	13-20	
	8月24日	通信	78.60	縞御召女単衣(36.92), 紋紗縮緬単羽織(36.69), 無地紹縮緬半衿(2.05), 同(1.83), 荷造代(0.75), 送料(0.36)	雑件の一1-218	
	8月29日	通信	14.33	白奈良麻男長襦袢(14.06), 送料(0.27)	雑件の一1-218	
	8月31日	通信	2.58	都肌着(2.40), 送料(0.18)	雑218	
	9月4日	店頭	134.34	霞城紬(13.80), 自在(3.345), 水換器(0.90), 花止め(1.05), 同(0.43), 同(0.36), 石ケン(1.70), 雨具帽子(4.50), 矢筈(1.45), 綴単帯(83.00), その他内容不明(領収証9枚)	8-6~12, 16, 17, 28, 30, 33, 54, 64, 65	
	9月5日	店頭	119.75	王紬(32.00), 友染絞羽織半子5尺(18.90), 友染錦紗実用切(29.00), 絞9寸(37.80), その他は内容不明(領収証1枚)	8-13, 23~25, 52	
	9月9日	店頭	90.91	信玄袋(4.20), その他は内容不明(領収証30枚)	8-15, 47	
	9月20日	通信	57.32	モーニング之揃, スポン	13-23	
	10月4日	通信	3.94	紺キヤラコ足袋(3.76), 送料(0.18)	雑件の一1-218	
	12月2日	通信	16.32	毛糸チョッキ(5.50), 毛糸手袋(0.95), 同(0.45), レバー石ケン2箱(2.00), 日和下駄(1.30), 荷造代(0.43), 小包料(0.54)	雑件の一1-211	
	12月17日	通信	16.17	更紗紬1反(16.00), 小包料(0.17)	雑件の一1-211	
	12月20日	通信	63.07	無地塩地高貴三縫紋男袴羽織1枚(51.76), スコッチ製靴下2足(5.40), 同2足(4.80), 荷造代(0.75), 小包料(0.36)	雑件の一1-211	
	1922年	1月11日	通信	64.27	ラクダ毛本毛シャツ1組(24.00), 毛糸シャツ1枚(7.00), 毛糸オーバーセーター1枚(24.00), 足袋カバー(九半)1足(0.76), 小共毛糸袖無シャツ1枚(3.20), 小共赤毛糸シャツ1枚(4.95), 小包料(0.36)	雑件の一1-229
		1月22日	通信	49.00	ラクダ毛シャツ1組(49.00), 荷造代・小包料(店持)	雑件の一1-229
		4月20日	通信	103.80	小紋縮緬女袴羽織1枚(54.44), 小紋縮緬女袴羽織1枚(48.14), 荷造代(0.75), 小包料(0.45), 四月九日御送付品不足(0.02)	22-179
5月21日		通信	4.58	紺キヤラコ足袋4足(4.40), 小包料(0.18)	雑件の一1-228	
6月5日		通信	1.90	靴下(1.55), 同(1.35)	雑件の一1-228	
6月7日		通信	12.31	パテン靴1足(2.40), 洋服下着1枚(2.50), 女児服1枚(7.00)	雑件の一1-234	
7月4日		通信	16.45	縞近江麻座布団5枚(14.00), 荷造代(2.00), 送料(0.45)	雑件の一1-228	
7月7日		通信	1.08	タオル寝冷知らず(0.90), 送料(0.18)	雑件の一1-228	
7月8日		通信	10.38	レモンティー(1.50), サンライト石ケン5(0.75), 化粧御手拭(2.10), 荷造箱(0.20), 送料(0.45), タワル男浴衣(5.20), 送料(0.18)	雑件の一1-228	
7月28日		通信	10.24	タブレット石ケン1箱(1.40), トランスハーレント石ケン2箱(1.80), レバー石けん1箱(1.00), 束髪かんざし(2.35), 荷造代(0.37), 小包料(0.72)	雑件の一1-230	
8月1日		通信	5.93	紺キヤラコ5足(5.75), 小包料(0.18)	雑件の一1-230	
8月3日		通信	11.21	内容不明	35-75	
9月16日		通信	5.61	レバー石ケン3(3.00), 封筒10(1.90), 荷造代(0.26), 小包料(0.45)	雑件の一1-231	
10月14日		通信	64.11	小紋縮緬1(29.50), 友仙名仙1反(19.76), 毛糸シャツ(3.00), 同(2.60), 同(3.90), ドン化粧水(1.50), 羽折紐(3.20), 荷造代(0.20), 送料(0.45)	雑件の一1-231	

1922年	10月17日	通信	50.15	小紋縮緬1反(39.60), 毛糸シャツ(2.60), 同(3.00), 紺キヤロコ足袋3足(3.15), ドン水白粉(1.25), 荷造代(0.10), 小包料(0.45)	40-63
	10月28日	通信	84.76	内容不明	35-11
	11月20日	通信	51.03	オーバコート1枚	35-81
1925年	10月20日	通信	38.55	毛糸製男児服(7.80), 毛糸製女児服(9.50), 赤毛糸コンビネーション(5.65), ラクダ(4.35), エプロン(2.40), 黒パテン靴(4.50), 荷造代(0.30), 小包料(0.72), 白ネルブルーマ3(3.15), 小包料(0.18)	雑件の一1-129
	11月21日	通信	7.68	肩鉤モ、引(3.60), 同(3.90), 小包料(0.18)	雑件の一1-129
	12月13日	通信	17.81	起毛チョッキ(3.45), レバン石鹼3ヶ入り×3(3.00), 乾のり5帖入(2.20), 焼のり2(6.30), 人造シャグマ3ヶ(1.50), 小包料(0.81), 荷造料(0.55)	雑件の一1-129

(出所) 田中本家資料より作成。番号のみの出所資料はすべて書簡(未登録)。

(注1) 金額の単位は円, 小数点以下は銭の単位を示す。「内容」欄の()内も同様に表記した。

(注2) 書簡からの判明分を中心として, 領収証から判明した事例を加えた。ただし, 内訳が記載された領収証は部分的にしか残っておらず, また, 膨大な史料群であるという事情から領収証の検討が部分的なものにとどまっているため, 本表は購入品の全体像を示しているわけではない。

(注3) 「方法」欄のうち, 「通信」は通信販売, 「店頭」は店頭販売による購入をさす。

表7 1908年時点における須坂所在商店の事例

名称	住所	業種
能登屋魚店	上町	海産物, 乾物, 砂糖, 和洋酒, 缶詰類
南屋菓子店	上町	菓子
内山屋商店	上町	
盛進堂	上町	衛生滋養御菓子調進処
山城屋商店	上町	薬種, 売薬, 絵具, 染料, 紙類, 和洋酒, 缶詰, 化粧品類, 帽子, 洋傘, 靴
糍屋小田切商店	上町	小間物化粧品, 万荒物砂糖類
玉屋北村商店	上町	履物傘
中田屋号 町田商店	穀町	内外化粧品, 荒物, 万小間物, 砂糖, 煙草, 茶紙類, 其他雑貨
塩屋醤油店	新町	醤油, 酢, 食塩
多喜屋要治郎	新町	和洋菓子, 内外砂糖, 洋酒缶詰, 栗飴, 浅田飴, 銘茶
正計堂 梅本倉治	須坂町	時計
山田屋菊治郎	須坂町	万染物処
望月商店	立町	履物
信香園本舗	立町	銘茶, 小間物荒物
日の出屋染物店	立町	染物
福神屋	中町	貸本いろいろ
国魁堂 山下書肆	中町	書籍, 教科書, 文房具, 学堂遊戯品
神尾商店	中町	婦人小間物, 儀式物一式, 内外化粧品各種, 石鹼, 歯磨
小林商店	中町	時計
田原薬店	中町	薬種雑貨
文信堂 山下印舗	中町	各種御用印判超克, 美術ゴム印製造, 東陽朱肉, 教育おもちゃ類, 学校用品
海開屋号 望月喜作	中町	万塗物膳椀, 筆筒・長持, 蒔絵沈金重箱類, 刻煙草・巻煙草, 銘茶
平澤屋	中町	割烹, 生そば, 魚類乾物類販売
山下薬舗	中町	薬
高津屋魚店	中町	魚類, 乾物, 砂糖, 和洋酒瓶詰, 缶詰類
合資屋呉服店	中町	呉服太物, 洋傘, ショール
綿屋呉服店	中町	呉服太物
和久井酒舗	中町	酒類缶詰瓶詰
牧屋万吉	春木町	小間物化粧品
須田良作	春木町	馬肉
清雲堂菓子店	横町	菓子
池田屋商店	横町	足袋
山崎屋菓子店	横町	菓子
佐藤善三郎	横町	薬, 洋酒, 缶詰, 滋養食料品, 西洋小間物化粧品
八●商店	横町	呉服太物

(出所) 和久井孝治郎『須坂繁栄画報』(進成館, 1908年)より作成。

表6によれば、三越からの購入品は、呉服類や洋服類を中心として、化粧品、文具、食料品などにわたっており、1921（大正10）年以降には、^ち千よふや太郎のものであろう、子ども向けの商品も多くみられる。購入方法については、「方法」欄に示した通り、すべてが通信販売によるものというわけではなく、一部は東京の店舗から購入した商品が含まれている。東京の店舗へ直接赴いた可能性もあろうが、書簡のなかには、佐賀の従弟で東京在住の田中蔵造という人物が、代理で購入していたことを示す記述がみられた⁽²⁸⁾。

たとえば、東京市牛込区早稲田鶴巻町百番の住所で田中蔵造から差し出された書簡には、「本日書留小包便にて洋服、下着類、靴下御送付申上候間御収取被下度、帽子ハ二個別便にて御送付申上候、詳細ハ後便に申上候」とあり（1922〈大正11〉年10月10日消印、田中佐賀宛⁽²⁹⁾）、さらに、この「後便」とみられる書簡には、「本日小包便にて帽子御送付申上候、三越、白木〔屋〕と見付け候へ共、あの型は無之、松坂屋にて相求め申候」と記されている（1922〈大正11〉年10月16日消印、田中本家宛⁽³⁰⁾）。特に「後便」の内容からは、田中本家が「あの型」の帽子を蔵造に探すよう依頼し、蔵造がそれを受けて、東京の三越、白木屋、松坂屋を駆け回っていた様子がうかがえよう。後掲の表8では、田中蔵造の買い物代金を、田中本家が複数回にわたって送金していたことが判明するので、こうした購入方法が繰り返し行われていたと推測される。ただし、表6をみてもわかるように、全体としては、あくまでも通信販売が主流であった。

ところで、そもそも田中本家が位置する須坂は、製糸業の発展に伴い、上高井郡のなかでも町場として小売商業の発達がみられた地域である。表7は、『須坂繁栄画報』（1908年）に掲載された須坂所在の小売商店を表示したもので、業種をみれば、実にさまざまな商品が取り扱われていたことがわかる。したがって、品質さえ問わなければ、須坂で一通りの消費生活を送ることができたように思われる。しかも、ここに表示した商店は、実際に存在する商店のごく一部にすぎず、事実、やや時期は下るが、1931（昭和6）年時点には、須坂全体で1,056軒の商店が存在していた⁽³¹⁾。田中本家は、こうした地元の商店に飽き足らず、積極的に通信販売を利用していたわけである。

では、田中本家は、地元須坂の商店や長野市の商店と、三越とをどのように使い分けていたのだろうか。ここでは、呉服類を例にとって検討してみたい。

表8は、田中本家における被服費の内訳を、支払先別に整理したものである。収支を示す帳簿から摘記したものであるため、1924（大正13）年7月から12月までの被服費の全容を示すデータとなっている。これによれば、全体としては、長野市所在商店からの購入が中心で（全体の約60%）、その他を須坂所在商店と三越とが分け合っていた状況がうかがえる。個別の支払先別にみても、長野市の和田呉服店と藤井呉服店が、三越を凌ぐ金額を示しており、全体として、長野市所在商店の位置づけの大きさが目をひくところである。また、おそらく東京の店舗からとみられる、田中蔵造を通じた被服の購入も、一定額を占めていた。

そして、表9は、地元須坂の呉服店から2店舗、長野市の呉服店から1店舗を例にとり、購入商品の単価を三越と比較したものである。資料的な制約によって、1921（大正10）年3月から12月が対象となり、表8とは時期が異なっているが、平均単価をみれば、低い順に、綿幸呉服店（須坂）→山田屋呉服店（須坂）→藤井呉服店（長野市）→三越となっており、須坂の商店と長野市の商店、そして長野市の商店と三越の間で、単価の違いが大きいことがわかる。購入先別に、高額購入品トップ10を整理してみても、

表8 田中本家における被服費の内訳（1924年7-12月）

支払先	所在地	金額	内容
山田屋呉服店(高橋蔦之助)	須坂町	93.63	商店買物代(8/22)
綿屋呉服店(中野呉服店)	須坂町	60.00	呉服代ノ内(8/22)
富士屋呉服店	須坂町	28.57	太物代(8/18)
北村洋品店	須坂町	22.60	商店買物代(8/22)
荒井袈裟治商店(足袋商)	須坂穀町	21.57	足袋シャツ類(8/22)
西田屋洋品店	須坂町	12.06	シャツ類半えり(8/22)
武藤太作(真綿製造販売)	須坂穀町	8.35	真綿代(8/31)
日の出屋商店	須坂町	2.08	カーセ手拭白襦袢(8/22)
岡田屋亀吉	須坂町	0.93	サルマタ代(7/17, 0.30), 足袋代(10/12, 0.63)
和田呉服店	長野市西町	300.00	呉服代(8/21)
藤井呉服店	長野市西之門町	263.00	呉服代(8/20)
大内洋服店	長野市後町	121.34	オーバ代(7/15, 78.61), 子供清涼着及麻服洗濯料(8/17, 3.90), 洋服裁縫賃ノ内(10/30, 30.00), 物品代残(12/18, 8.83)
松屋洋品店	長野市	102.46	洋品代盆前分(9/26)
深掘洋服店	長野市西後町	100.00	洋服代(12/30)
山田伸治(かなめや商店)	長野市元善町	92.65	櫛其他(8/20)
西川洋品店(西川金助)	長野市大門町	41.96	盆前買物代(9/22)
白洋舎	長野市諏訪町	2.86	洗濯料(8/14, 1.49), シャツ洗濯料(11/27, 1.37)
三越呉服店	東京市	207.27	被服代(7/22, 50.08), 買物代振替口座へ払込(11/15, 25.77), 物品代振替口座へ払込(12/26, 96.42)
藤沢友吉	大阪市	10.01	加工樟脳代(8/25, 3.35), 同(10/3, 3.33), 同(11/18, 3.33)
福助足袋店	大阪府堺市	6.17	足袋代(7/14, 2.72), 福助足袋代(10/3, 3.45)
白牡丹本店	東京市	3.00	代金引換分(8/4)
婦女界	東京市	1.47	粉石鹸代(8/29)
中山太陽堂	大阪市	1.33	粉石鹸代(8/8)
田中蔵造		110.70	髪飾代(7/31, 20.23), 買物代返払(8/18, 50.00), 物品代送金(9/13, 10.17), 同(12/24, 30.30)
杉山あい		30.00	裁縫賃(12/17)
杉野とよ		15.00	裁縫料(8/25)
牧縫助渡		11.65	セッター, 襟巻代・富沢氏払分(12/13)
帝國製薬会社		4.66	ナフタリン代(8/8, 2.33), 同(10/12, 2.33)
伊藤きく		3.05	太糸40匁(10/10, 2.60), 糸捻巻(10/16, 0.45)
三屋中渡		3.00	編糸代・松葉屋分(11/1)
田中ちい		3.00	裁縫料(9/2)
高橋定吉		2.85	手袋其他(8/18)
小百合幼稚園		1.36	カバー2足(12/8)
北沢兵助		1.24	白キヤラコ足袋5代(10/29)
黒岩洗濯店		1.20	洗濯料(12/9, 1.05), 同(12/20, 0.15)
松葉屋		1.00	紺絹紡績糸代(12/10)
安藤洋服店		0.95	仕立代(10/20, 0.35), 同(12/7, 0.60)
(記載なし)		1.53	洗濯賃(9/24, 0.30), 洗濯賃・敷布2枚(10/3, 0.30), 靴修理料(11/18, 0.30), シャツ・カラ洗濯代(12/14, 0.63)
合計		1,694.50	(100.0%, 38軒)
須坂計		249.79	(14.7%, 9軒)
長野市計		1,024.27	(60.4%, 8軒)
東京・大阪計		229.25	(13.5%, 6軒)

(出所)「大正拾参年度 収支内訳帳」(田中本家資料1号目録, 生活218-1)より作成。

(注 1) 金額の単位は円。小数点以下は銭の単位を示す。

(注 2) 「支払先」の情報は、領収証などから適宜補った。

(注 3) 「内容」欄は出所史料より摘記したもので、()は月日と金額を示す。

表9 田中本家における購入先別の単価比較（呉服類, 1921年3-12月）

店名	所在地	購入回数	購入点数	平均単価	高額購入品トップ10	出所
綿幸呉服店	須坂町	68	96	1.58	名仙1反(13.10), 友仙モス1丈6尺(7.84), 友仙モス1丈1尺(5.61), 無地名仙7尺3寸(4.23), 詣牛式切1丈4尺5寸(4.20), 友仙モス8尺(4.08), 瓦斯緋1反(3.90), 牡丹緋り2反(3.18), 白瓦スモス1疋(3.00), 白瓦スモス(3.00)	生活1-141-19
山田屋呉服店	須坂町	48	83	2.60	名仙1反(15.50), 名仙1反(13.40), 名仙1反糊ヌキ代(12.00), 白地縮(11.50), 新帯大柄(9.80), 新帯大柄(8.30), 色もす1丈8尺3寸(7.74), セル拭4枚(5.70), 白羽二重(5.70), 瓦斯縞1反(4.78), 瓦斯縞1反(4.78)	生活1-141-16
藤井呉服店	長野市	34	85	5.98	紬縞1疋(36.80), 銘仙1疋(25.60), 八端織1反(25.00), 大島縞1反(24.70), 結城縞1反(23.00), 節織1反(18.20), 羽二重9寸1本(18.20), 単衣帯1本(17.40), 銘仙1反(16.50), 羽二重9寸1本(15.60)	生活1-141-14
三越	東京市	12	38	16.58	綴単帯(83.00), 無地塩地高貴三縫紋男袴羽織1枚(51.76), 友染組紋服9寸1反(44.60), 小紋ジョゼット服9寸1反(38.00), 小紋主紹御召5尺1枚(37.14), 縞御召女単衣(36.92), 曙染紋紗服9寸1反(35.00), 王紬(32.00), 友染錦紗実用切(29.00)	表6より呉服類のみを集計

(出所)田中本家資料より作成。

(注1)金額の単位は円, 小数点以下は銭単位を示す。「高額購入品トップ10」欄の()も同様に表記。

(注2)仕立代, 湯通し代などのサービスもそれぞれ購入点数1点とカウントした。

価格帯の差がはっきりと認められ, 最高級品は三越で購入していたことがよくわかる。先にみた表8では, 被服費の内訳として, 藤井呉服店(長野市)からの購入額が, 三越からの購入額を上回っていたが, それは, 藤井呉服店からの購入単価は低いものの, 購入点数で三越を大きく上回っていたからと解釈できよう。地元須坂で手に入らない商品を, すべて三越から購入していたわけではなく, 長野市の商店を積極的に利用していたのである。それがなぜなのかを考える上でも, 三越と田中本家との具体的な取引関係をみていく必要がある。

(2) 田中本家からみた三越との取引の実態

表10は, 三越から田中本家に宛てられた書簡を, 内容別に整理したものである。繰り返すように, 年次別にみた書簡の数の偏りは, 資料の残存状況によるところが大きいと思われるので, ここから時系列的な変化を読み取ることは慎むべきである。内容別にみると, 「その他」を除けば, 小包発送の連絡通知が最も多く, 次いで, 発送延引の詫び状, 三越側に小包が到着した旨の連絡通知, 誂え品の注文に対して調製へ着手した旨の連絡通知, 購入代金を受領した旨の連絡通知, 照会への返信と続く。総じて, 顧客からの注文に対して, 三越側がこまめな連絡を行っていたことが印象的で, 通信販売という隔地間取引に伴う顧客の不安を和らげようとする意図がみてとれるが, このなかで, 発送延引の詫び状と, 小包到着の連絡通知が少なくない点は注目される。

まず, 発送延引の詫び状について具体例を示すと, 三越呉服店通信販売部から田中佐賀に宛てられたハガキ(1922(大正11)年7月15日作成)は, 次のような文面となっている(引用中の下線は満園による⁽³²⁾)。

御注文品名 足袋

拝啓 今回御注文仰付けられ候右の品は生憎売切と相成り、只今手配中に御座候間、甚だ恐入り候得共、凡そ二週間御猶予被成下度、右御願迄如斯御座候 敬具

このハガキは、下線部分を除く文面があらかじめ印刷されており、あとから手書きで下線部分を書き加えられるようになっている。いわばテンプレート化されているわけであり、それほど「売切」を理由とする発送延引が頻発していたのであろう。実際に、田中本家に残る書簡をみても、同様のハガキで、「パオン綿ネクタイ」は「暫時」(1915<大正4>年10月21日作成)⁽³³⁾、「白靴一足」は「十二三日」(1921<大正10>年7月26日作成)⁽³⁴⁾、「羽二重製綿入背当及三越元結」は「十日間」(1923<大正12>年2月2日作成)⁽³⁵⁾の延引が通知されていた。

他方、三越側に小包が到着した旨の連絡通知というのは、具体的には、「拝啓 毎々御引立を蒙り難有奉存候、陳者今回御送り下され候小包本日正に到着仕候間、取敢えず御案内申上候 敬具」(1914<大正3>年9月20日作成、田中佐賀宛三越呉服店地方係書簡)⁽³⁶⁾という文面で、これもあらかじめ印刷されたテンプレートのハガキとなっている。これは要するに、顧客から返品や交換を求められて送られた小包を、三越側で受領したという連絡であり、テンプレート化されるほどに、返品や交換が多かったことが推測される。実際に、田中本家に残る領収証綴りの資料からは、たとえば1921(大正10)年の1年間で、田中本家が三越宛の書留小包を9回も送付していたことが判明する。

このような返品や交換の多さは、先述した代理選択による面が大きかったと考えられるが、田中本家の側からすると、やむを得ず代理選択を迫られる局面が少なくなかった。

たとえば、1914(大正3)年3月9日作成の三越呉服店地方係による書簡には、「被仰越候帯側地の目録生憎備付無之候二付、御値段御好みの点等御申聞の上、見立方御まかせ御注文被下候様御願申上候」とある⁽³⁷⁾。田中本家の側から「帯側地の目録」を請求したとみられるが、そうした目録はないとのことで、三越側は代理選択による注文を促しているのである。

あるいは、注文した商品が品切れのために、代品を提案されることもあり、1922(大正11)年3月30日作成の書簡には、「御注文品中友染鏡紵は生憎品切相成候に付、友染モスリンにて御都合如何に候や、為念御照会申上候」とある⁽³⁸⁾。また、1926(昭和元)年3月17日消印の書簡には、「御用

表10 通信販売関連の田中本家宛書簡(三越より発信分)

年次	小包発送の連絡	調製着手の連絡	代金受領の連絡	照会への返信	発送延引の詫び状	小包到着の連絡	その他	小計
1913年	1	—	1	2	—	—	—	4
1914年	1	—	1	1	—	2	3	8
1915年	—	—	—	—	1	—	—	1
1920年	—	—	—	—	—	1	—	1
1921年	4	2	1	1	2	1	1	12
1922年	8	5	1	—	7	6	3	30
1923年	2	1	2	1	3	2	3	14
1925年	—	—	—	—	—	—	1	1
1926年	—	—	—	—	1	—	1	2
合計	16	8	6	5	14	12	12	73

(出所)田中本家資料、書簡(未登録)より作成。

(注1)年次別にみた通数の偏りは、史料の残存状況によるところが大きいと思われる。

(注2)あて先は、「田中本家」が3通、不明が2通、その他はすべて「佐賀(子)」となっている。

(注3)作成部門は、1914年までが「地方係」、23年までが「通信販売部」、それ以降は「通信販売係」となっている。例外として、1921年に「洋服部」が1通、1922年に「呉服部」が1通、「洋服部」が2通、1923年に「雑貨部」が1通ある。

命賜候哺乳瓶の儀、舶来品は只今持合無之、就ては和製にては如何に候や御伺申上候」とあり⁽³⁹⁾、やはり代品の提案が行われている。

これらは、あらかじめ田中本家側に代品購入の意図があるかどうかを照会したもののだが、事前の照会なく代品を送付する例もみられた。たとえば、1910（明治43）年3月11日作成の領収証には、余白に次のような手書きの書き込みがある⁽⁴⁰⁾。

御注文品中紋御召時好掲載の分有之候へ共、昨今紋御召御値段御安く相成居り候為め安価に相成候間、右御承引願上候、猶又外品は御指定の物全部売切申候間、其れぞれ代品御見立御送り申上候へ共、御覧の上万一御意に叶ひ不申候節は御取替可仕候

引用中の「時好」とは、三越が発行していた月刊のカタログ兼PR誌のことで、田中本家が注文した商品のうち、「紋御召」はカタログ掲載のものがあるが、掲載時よりも値下がりしたと述べている。その上で、それ以外の商品については、指定したものがすべて売り切れとのことで、代わりの商品を送付したので、気に入らなければ交換に応じるというのである。

こうした売り切れによる代品送付という事態は多発していたようで、1922（大正11）年1月11日作成の領収証にも、余白に次のような書き込みがみられる（下線は満蘭による⁽⁴¹⁾）。

赤毛糸袖なしシャツ

右は生憎品切に候処、御用相欠き候ては恐縮と存じ、代品選択の上取敢えず御覧に入れ申候御下命品六七才向足袋カバー及大人用防寒毛糸ズボン下は生憎目下全部品切に候間乍残念御断申上候也

この書き込みは、下線部分が印判によるものとなっており、売り切れによる代品の送付という事態が、これまたテンプレート化を要するほどに多くみられたことを物語っている。加えて、引用の後段にあるように、「御断」、すなわち三越側からキャンセルを入れることも少なくなかったようで、この事例以外にも、「男児用チョッキ」「男児用シャツ」「女児用シャツ」の注文（1921〈大正10〉年12月2日作成の領収証⁽⁴²⁾）や、「毛糸シャツ」（1921〈大正10〉年12月17日作成の領収証⁽⁴³⁾）の注文、さらには、「婦人持扇子」の注文が（1922〈大正11〉年7月28日作成の領収証⁽⁴⁴⁾）、同様の理由で三越側からキャンセルされている。

以上のように、田中本家としてみれば、たとえカタログをみて個別アイテムを指定する注文を発しても、希望した商品が送られてくるとは限らず、注文した商品を手に入れるかどうかは、かなり不透明であった。代品の送付も多く、返品や交換が多発する事態が生じていた。だからこそ、東京にいる田中蔵造に、「あの型」の帽子を探し回ってもらう必要があったのであろう。そして、こうした不確実性は、長野市所在の商店を利用する理由の1つになっていたと考えられる。そこで、次に比較の対象として長野市所在の呉服店をとりあげ、田中本家との取引関係をみておきたい。

(3) 長野市所在呉服店との比較

長野市の藤井呉服店は、前掲表4や表8でみた通り、田中本家の主要な呉服購入先の1つであったが、藤井呉服店から田中本家へ宛てた書簡を読むと、そもそも呉服の取引には、広い意味での返品・交換を前提とする面があったことがうかがえる。

たとえば、「御仰せ越ニ相成候瓦ス縮緬只今持合此品丈ニ御座候、代金貳円三十銭、右一疋御送申

上候間、御入手被下度、若し御不向きに候へは御返却願度候」という記述⁽⁴⁵⁾や、「今朝電話にて御注文の帯地拾壹本馬車便にて御送付申上候間、何卒御覧の上御買上之程、伏して御願申上候、万一御気にめさざる時には又々他品御送付申上可仕候」という文面⁽⁴⁶⁾からは、現物を送った上で、なお気に入らなければ返品することが、ある種当然のこのように思われていたことが読み取れる。あるいは、「今朝電話にて御注文に預り候御羽織裏甲斐縮及羽二重友仙取合御送り申上候間、何卒沢山御用命に預り度伏して御願申上候、何卒宜しき品有之候はば、何尺にても御切取被下度」と述べている書簡⁽⁴⁷⁾もあり、やはり現物をみた上で注文の確定を出していたかのような印象を受ける。

これらの書簡からは、田中本家が藤井呉服店に対して電話注文を行っていたことがわかるが、別の書簡からは、藤井呉服店が田中本家へたびたび出入りしていた様子がうかがえる。すなわち、「先日は参上致し種々御世話様に相成り有難く御礼申上候、縮面友染及白縮三日頃持参致す可く、何卒沢山御用願度伏して御願申上候、御大切の御風呂敷永く拝借致し有難く御礼申上候」というもの⁽⁴⁸⁾や、「メリス友仙之儀ハ小布施へ沢山持参仕り候間、同所より持参御覧に可供、此段御承引被下度候／余ハ拝顔致候上申可仕候」と書かれた書簡⁽⁴⁹⁾がそれである。先述した久美子の回想にある「呉服屋さん」に、この藤井呉服店も含まれていたことであろう。実は、前掲表9の分析に用いた資料は、田中本家に残る藤井呉服店の「通帳」であり、こうした「通帳」の存在自体が、両者の密接な取引関係を物語っている。

以上のように、藤井呉服店の事例に即していえば、呉服の取引のプロセスには、広い意味での返品・交換が織り込まれていたが、そうした取引を円滑なものとするには、機敏な対応と顔の見える関係が必要であろう。そして、藤井呉服店はその条件を満たす存在であった。他方、三越については、田中本家が東京の店舗へ訪れていた可能性もあり、田中蔵造を通じて固有の関係を結び結んでいたとも考えられるが、地理的な問題から、長野市の商店に比べると、面接性で劣っていたことは間違いない。三越は出張販売という形で全国の地方都市を巡回し、そのなかには信越地方も含まれていたが、せいぜい年1回か2回という頻度にすぎないものであった⁽⁵⁰⁾。そのため、地元須坂の商店では手に入らないような商品でも、わざわざ三越へ注文する必要のない商品であれば、地理的にも近接し、直接往来することも容易な長野市の商店に、田中本家は注文を発していたのである。田中本家からみて、東京との関係だけでなく、近傍の地方都市である長野市との関係が密接であった背景には、このような取引に関わる問題が横たわっていたと考えられる。

おわりに

大正期における田中本家は、通信販売を積極的に利用していた。資料として残された限りでも、100軒を超える数の業者から通信販売関連の書簡やダイレクト・メールが届き、その半数以上の業者に対しては、実際に注文を行っていた。業種別にみると、服飾品、化粧品、食料品、文具、書籍、レコードなど、さまざまな分野にまたがっており、地元須坂で手に入らない性格の商品を、通信販売を通じて購入していたものと思われる。そして、こうした積極性は、気になったものはひとまず注文してみるといったイメージで捉えられるような性格のものであった。その結果、東京所在業者からの通信販売だけでも、年間800円以上を支出し、これは消費支出総額の1割程度に上っていた。

田中本家からみると、通信販売に関わる購買行動において、繰り返し注文を行う業者と、そうでない業者とが存在していた。最も頻繁に利用していたのが三越で、次いで長野市のいくつかの業者と、三越以外の百貨店をはじめとする東京所在業者を多く利用していたことが確認された。三越が突出していた点は、通販業界の最大手という意味でもある程度予測できたことであったが、長野市の業者がそれなりに大きな位置を占めていたこと、すなわち、東京との関係だけではなく、近隣の地方都市との関係が密接であったことは、地方資産家による通販利用の実態を考える上で、1つの重要な発見といえる。呉服類を事例として、購入単価を比較すると、低い方から順に、地元須坂所在商店→長野市商店→三越となっており、店舗利用の棲み分けがはっきりとみとれた。すなわち、最高級品は三越で、それに次ぐランクの呉服類は長野市で買い求め、地元須坂では最も廉価な商品を購入していた。

こうした棲み分けは、三越が生み出す流行の影響が、たしかに田中本家にも及んでいた可能性を強く示唆しているが、取引関係の実態に立ち入ってみれば、通信販売を通じた流行の伝播には、大きな限界があったことも明らかである。そもそも、三越をはじめとする百貨店通販が採用していた「代理選択」という取引方法は、カタログに載る個別アイテム・レベルの流行が、そのまま地方へ広がっていく性格のものではなかったが、田中本家に残る書簡から判断する限り、たとえ顧客側がカタログから個別アイテムを指定しても、品切れによるキャンセルや代品送付が多く、実際に注文した商品を手に入れられるかどうかは、相当に不透明であった。そして、ここに、長野市所在の商店が入り込む余地が生まれ、地理的な近接性を活かした機敏な対応と顔の見える関係によって、田中本家のさまざまな需要にこまやかな対応をみせていた。結果として、地元須坂の商店では手に入らないような商品でも、わざわざ三越へ注文する必要のない商品であれば、積極的に長野市の商店から購入していたのである。

ただし、逆にいえば、それでもなお、さまざまな取引上の不便がありながらも、田中本家が三越

表11 百貨店の通販顧客と想定される事例

氏名	住所	資産・所得	カタログなど	出所
柳田 藤吉	北海道根室地方	漁業・貸地業など、商工M31(所23.32, 営84.81)	三越(1907年ほか)、松坂屋(不明)	①
小川 正孝	宮城県仙台市	東北帝国大学総長(年俸7,700円)	松屋に裾模様と丸帯3本注文(1929年)	⑦
広江 嘉平	茨城県結城郡上山川村	大地主T13(78町)	三越(1930年ほか)	④
小林 賢太郎	埼玉県北埼玉郡元和村	大地主M29, T13(91.4町)	松屋(1914年)、松坂屋(1919年)	②
長谷川 敬助	埼玉県北埼玉郡北河原村	大地主M29	松屋(1926年)	③
田中本家	長野県上高井郡須坂町	豪商、財産家M34, 大地主T13(85.2町)	注文あり	⑥
坪田 仁兵衛	福井県坂井郡大石町	大地主T13(50.4町)	三越(1899年)	⑤

(出所)①柳田家文書(北海道立文書館), ②小林(茂)家文書(埼玉県立文書館), ③長谷川家文書(埼玉県立文書館), ④広江家文書(茨城県立歴史館), ⑤坪田仁兵衛家文書(福井県文書館), ⑥田中本家博物館, ⑦前波仲子「百貨店の地方出張売出し」『商店界』第10巻第1号, 1930年1月, 137頁。
(注)「資産・所得」欄の略号の意は以下の通り。「商工M31」は『日本全国商工人名録』(1898年版), 「大地主M29」は『埼玉県各郡大地主名簿(1896年, 地租250円以上, 計297人), 「大地主T13」は農商務省編『五十町歩以上ノ大地主』(1924年), 「財産家M34」は「富豪しらべ」県下に於ける拾万円以上の財産家」『信濃毎日新聞』1901年11月3日付, 計106家), 以上は渋谷隆一編『道府県別資産家地主総覧』および『大正昭和日本全国資産家地主資料集成』に収録。小川正孝の年俸は『職員録』1927年7月現在による。

との取引を止めることなく、繰り返し注文を行っていたことの方が注目される。これはやはり、百貨店あるいは三越でしか買えない商品（品質）があると認識されていたことを物語っていよう。こうした認識の基盤の1つには、流行の影響力があつたと考えざるを得ないが、しかし、繰り返し強調しているように、それは個別アイテム・レベルの問題というよりは、多分に三越のストア・イメージの問題であつて、流行の中心である三越の商品であれば間違いない、といったレベルの問題であつたと想定される。

以上のような田中本家の事例が、どこまで一般化できるのかを即断することはできないが、表11の通り、たまたま目に付いた事例を拾っただけでも、百貨店のカタログが資料として残る家を複数挙げるができる。地方資産家のなかでも、田中本家は通信販売を積極的に利用していた部類に入ると思われるが、こうした事例が特異なものではなく、それなりの広がりをもっていたと考えなければ、三越における通販事業の拡大を説明できないであろう。百貨店などの通信販売を利用することは、近代日本における地方資産家の消費行動パターンの1つに位置するものであつたと考えられる。

註

(1)——『豪商の館 信州須坂・田中本家』(田中本家博物館, 1994年)。

(2)——資料調査にあたっては、田中本家博物館前館長の田中宏和氏ならびに同館長の田中和仁氏をはじめとして、田中本家博物館の方々に多大なご協力を得た。記して感謝を申し上げたい。また、資料の撮影にあたっては、国立歴史民俗博物館関係者の方々に、多くの労力を割いていただいた。あわせて感謝を申し上げたい。

(3)——中西聡「文明開化と民衆生活」(石井寛治・原朗・武田晴人編『日本経済史1 幕末維新时期』東京大学出版会, 2000年), 中西聡・二谷智子「近代日本における地方資産家の消費生活—盛田久左衛門家を事例として」(『経済科学』名古屋大学, 57巻4号, 2010年3月), Satoru Nakanishi and Tomoko Futaya, "Japanese Modernisation and the Changing Everyday Life of the Consumer: Evidence from Household Accounts", (Penelope Francks and Janet Hunter (eds.), *The Historical Consumer: Consumption and Everyday Life in Japan, 1850-2000*, Palgrave Macmillan, 2012)。

(4)——そのほか、旅行時の「散財」的ともいえるような買い物行動が抽出されている点は、本稿の視角からも興味深い。

(5)——初田亨『百貨店の誕生』(三省堂, 1993年), 神野由紀『趣味の誕生—百貨店がつくったテイスト—』(勁草書房, 1994年), 山本武利・西沢保編『百貨店の文化史—日本の消費革命—』(世界思想社, 1999年)など。

(6)——満園勇「戦前期日本における大都市呉服系百貨店の通信販売」(『経営史学』44巻1号, 2009年6月)。

(7)——以下の通信販売業史に関する記述は、黒住武市『日本通信販売発達史—明治・大正期の英知に学ぶ—』(同友館, 1993年) および満園勇『日本型大衆消費社会への胎動—戦前期日本の通信販売と月賦販売—』(東京大学出版会, 2014年)による。

(8)——図1の「年度」は会計年度(4月～翌3月)を示しているため、11月の停止の影響が大きく出ている。

(9)——厳密には、1888(明治21)年に「三越洋服店」が開業したものの、1895(明治28)年にこれが閉鎖しているため、洋服の取り扱い「再開」ということになる。

(10)——以下、本項の記述は、前掲満園「戦前期日本における大都市呉服系百貨店の通信販売」による。

(11)——笠原健一「通信販売に関する予の経験」(『商業界』9巻6号, 1908年5月)30頁。

(12)——『みつこタイムス』(11巻6号, 1913年5月)14頁。

(13)——前波伸子「通信販売の話 第一回」(『商店界』9巻12号, 1929年10月)37～39頁。

(14)——S H生「御客様と店員との問答」(『みつこタイムス』7巻12号, 1909年10月)16頁。

(15)——前掲笠原「通信販売に関する予の経験」32頁。

(16)——以上に記した田中本家の概要と明治初年の東京での買物については、本報告書所収田中・岩淵論文、前掲『豪商の館 信州須坂・田中本家』巻末年表を参照。なお、江戸での町屋敷経営については、赤松聡子「信州

須坂藩田中家の江戸町屋敷経営」(『学習院史学』41号、2003年3月)が検討を加えている。

(17)——田中本家が地主経営に傾斜していくプロセスについては、須坂市史編纂委員会編『須坂市史』(1981年)632～638頁に詳しい。

(18)——ここでは、渋谷隆一編『都道府県別資産家地主総覧 長野編』(日本図書センター、1997年)による復刻を利用した。

(19)——名簿には、後述する理由から、「田中佐^{まが}賀」の名で記載されている。

(20)——須坂製糸研究委員会編『須坂の製糸業—一生糸の歴史・技術・遺産—』(須坂市教育委員会、2001年)。

(21)——現在、須坂市誌編さん室には、須坂の製糸業を牽引した小田切辰之助家をはじめとして(「小田切幸一家文書」)、いくつかの製糸家の資料が所蔵・寄託されている。他方、須坂市立博物館には、「製糸王」と呼ばれた越寿三郎の製糸経営に関わる資料群が所蔵されている。これらの資料調査にあたっては、主任専門員の青木廣安氏をはじめとした須坂市誌編さん室の方々と、須坂市立博物館学芸員の中村紀子氏にご協力を得た。記して感謝申し上げたい。

(22)——田中邦治は、1913年に須坂町町会議員に当選、1923年には長野県議員に初当選し、1933年には須坂町長となった人物で、「地域の文化・産業・経済・教育等に画期的改革を行ない、須坂市誕生の基盤育成に尽瘁した」という。また、1936年には、衆議院議員にも当選し、戦後の公職追放を経て、1958年に須坂市長を務めた。以上、須坂市人物誌編集委員会編『須坂市人物誌』(1966年)266～267頁による。田中本家からみると、初代新八の三男・新五右衛門の子孫という位置にあたるという(田中宏和氏より聞き取り、2013年10月22日)。

(23)——田中久美子(田中家11代当主夫人)「夢のような衣装との出会い」(『田中家一〇〇年の子供のおしゃれ』田中本家博物館、2000年)71頁。

(24)——中村隆英編『家計簿からみた近代日本生活史』(東京大学出版会、1993年)9頁。

(25)——前掲田中「夢のような衣装との出会い」71頁。

(26)——平尾朋子「奉公人と出入り職人」(前掲『豪商の館 信州須坂・田中本家』)90頁。

(27)——1921年における消費支出額は不明であるため、

1924年の支出総額に占める消費支出額の割合(前掲表2)から推定した。

(28)——蔵造は、五代新十郎の子供で江戸で分家をした田中士郎の二男。佐賀の従弟にあたる。東京海上保険の代理店を営んで、かなり裕福な生活をし、太郎や千よふも大学時代に近くへ下宿して蔵造の世話になっていたという。以上、田中宏和氏より聞き取り(2013年10月22日)

(29)——「田中本家資料」書簡40-46。

(30)——「田中本家資料」書簡40-48。

(31)——須坂商業学校の生徒による須坂町商店調査(前掲『須坂の製糸業』111頁)。

(32)——「田中本家資料」書簡24-26。

(33)——「田中本家資料」書簡35-177。

(34)——「田中本家資料」書簡13-80。

(35)——「田中本家資料」書簡27-13。

(36)——「田中本家資料」書簡18-29。

(37)——「田中本家資料」書簡11-30。

(38)——「田中本家資料」書簡23-105。

(39)——「田中本家資料」書簡29-32。

(40)——「田中本家資料」生活2-378。

(41)——「田中本家資料」雑件の一1-229。

(42)——「田中本家資料」雑件の一1-211。

(43)——「田中本家資料」雑件の一1-211。

(44)——「田中本家資料」雑件の一1-230。

(45)——田中本家宛藤井呉服店書簡(年不明3月3日)「田中本家資料」書簡25-83。なお、以下で引用する分を含めて、本稿で利用する藤井呉服店の書簡は、作成年代が不明だが、書簡資料の残存状況から考えて、明治末から昭和初期のものであると推定される。

(46)——田中本家宛藤井呉服店書簡(年不明1月5日)「田中本家資料」書簡25-101。

(47)——田中本家宛藤井呉服店書簡(年不明2月23日)「田中本家資料」書簡6-37。

(48)——田中本家宛藤井呉服店書簡(年不明12月1日)「田中本家資料」書簡4-11。

(49)——田中本家宛藤井呉服店書簡(年不明7月28日)「田中本家資料」書簡14-25。

(50)——『株式会社三越85年の記録』(三越、1990年)34頁。

(北海道大学大学院経済学研究科、国立歴史民俗博物館共同研究員)

(2014年12月1日受付、2015年3月19日審査終了)

Mail-order Services and Consumption Behaviors of Wealthy Families in Rural Areas in the Taishō Period: A Case Study Focused on the Relationships between Mitsukoshi and the Tanaka Family in Suzaka City, Nagano Prefecture

MITSUZONO Isamu

This article analyzes the consumption behavior of the Tanaka family in Suzaka City, Nagano Prefecture, focusing on their use of mail-order services. The family is known to have purchased various goods from department stores in Tokyo, such as Mitsukoshi, through mail order from the late 19th to the early 20th century although not all the related letters have been analyzed. These unorganized letters are examined in this joint research through a comprehensive examination of documents of the family, revealing how they actually used mail-order services. The results of the examination are shown below.

The Tanaka family made intensive use of mail-order services and purchased a variety of goods in the Taishō period (1912-1926). Their most favorite store was Mitsukoshi, followed by shops in Nagano City and other stores than Mitsukoshi in Tokyo. It is worth noting that the family had close connections not only with stores in Tokyo but also with those in the nearest prefectural capital. This discovery can provide important insights for the analysis of how wealthy families in rural areas used mail-order services. A comparison of prices of kimonos and fabrics purchased by the Tanaka family reveals that they bought the most expensive products from Mitsukoshi, the second most expensive ones from stores in Nagano City, and the cheapest ones from stores in their local city of Suzaka.

This distinction indicates the strong influence of Mitsukoshi on fashion trends. Still, in actuality, the influence was significantly restricted due to the store's mail order service. The letters preserved in the Tanaka family suggest that many of the orders were cancelled or substituted because the ordered items were out of stock. This uncertainty of availability forced the family to deal with stores in Nagano City, which responded flexibly to various demands of the family by leveraging their geographical proximity and face-to-face relationships. Conversely, it is worth noting that the family continued to patronize Mitsukoshi despite disadvantages. One of the reasons is considered the influence of Mitsukoshi on fashion trends though such a strong influence was merely incidental to the store's brand image.

Key words: Wealthy families in rural areas, consumption behavior, mail-order service, department store, Mitsukoshi, fashion trends