

百貨店の売上と家計の関係

— 大阪市周辺の場合 —

中 川 孝 史

I この研究の目的

一つの屋根のもとに種々の系統の職業を集めた大規模小売機関である百貨店の存在とその活動によつて現在経済的、社会的発展にどのような影響を与えたか、ここでは特に経済的社会的分野において家計との関係について如何なる繋りをもつかを研究の主眼とした。

日本の大都市では人口数と百貨店の数とは大体飽和状態にあるかの如くであるが、一方百貨店法の制定（法案審議未了）によつて店舗の新設、売場面積の拡張に対する許可制は結果からみると一応の制限を加えられたことになる。従つて各百貨店間の売上伸張競争は激甚をきわめている。即ち多様の販売方法特に半額提供、均一提供その他季節、社会事象自店の店歴等に関係づけて大量販売の方法によつて売上増進をめざしていることは衆知の通りである。ここでは大阪市及びその周辺の各世帯が大阪市内の百貨店で如何に購買するかを、あらゆる角度から検討し家計との関係がどうあるかに触れ、併せて百貨店将来の売上消長に論及する結果となつた。ここに使用した百貨店に関するデータの素材は、各百貨店間で極秘にされている販売に関する数字であるから、その出所を明にすることは差し控えねばならなかつた。一部の百貨店に関するデータは読売新聞調査部のものによつた。家計に関するデータは主として経済企画庁の調査をもととし、百貨店の営業科目に関係のない光熱、住居、文化、娯楽、修養交通、通信、医療、衛生に関する科目を除外した。

II 百貨店に関する調査

調査地域の対象を大阪市及びその近郊都市（堺，布施，吹田，守口，豊中，尼崎）としそこに居住する18才以上の男女1004名の標本を抽出した，その回答のうち有効調査票は841で各データのうち大阪百貨店とした（個々の百貨店の固有名を避け）ものは昭和32年末まで，その他は昭和31年の基本調査である。（表1）

「標本構成」

表 1

地域別		大 阪 市				大 阪 周 辺							
性 別		男	女	計	%	男	女	計	%				
		193	43.6	250	56.4	443	100	58	52.7	52	47.3	110	100
年 令 別	18才 ~ 21才	65	80	145	32.7	16	17	33	30.0				
	30 " ~ 39 "	40	72	112	25.3	16	12	28	25.5				
	40 " ~ 49 "	48	59	107	24.2	16	14	30	27.3				
	50 " ~	40	39	79	17.8	10	9	19	17.3				
職 業 別	給料生活者	68	29	97	21.9	22	6	28	25.5				
	自由商工業者	42	23	65	14.7	17	3	20	18.2				
	労務農業者	56	23	79	17.8	12	6	18	16.4				
	無職その他	27	175	202	45.6	7	37	44	40.0				
生 活 程 度 別	A. B	11	17	28	6.3	4	9	13	11.8				
	C ₁	85	128	213	43.1	25	22	47	42.7				
	C ₂	84	90	174	39.3	25	19	44	40.0				
	D	13	15	28	6.3	4	2	6	5.5				

(註) 地域別とは

大 阪……………大阪市内

大阪周辺……………堺市，布施市，守口市，吹田市，豊中市

生活程度別，A，B，C₁，C₂，Dとは次の階級を示す。

A， 富裕階級（上流の上）

B， Aに次ぐもので生活に余裕あるもの（上流の下，中流の上）

C， 所謂平均した一般普通階級，本調査ではこれを更にC₁（中流の中）

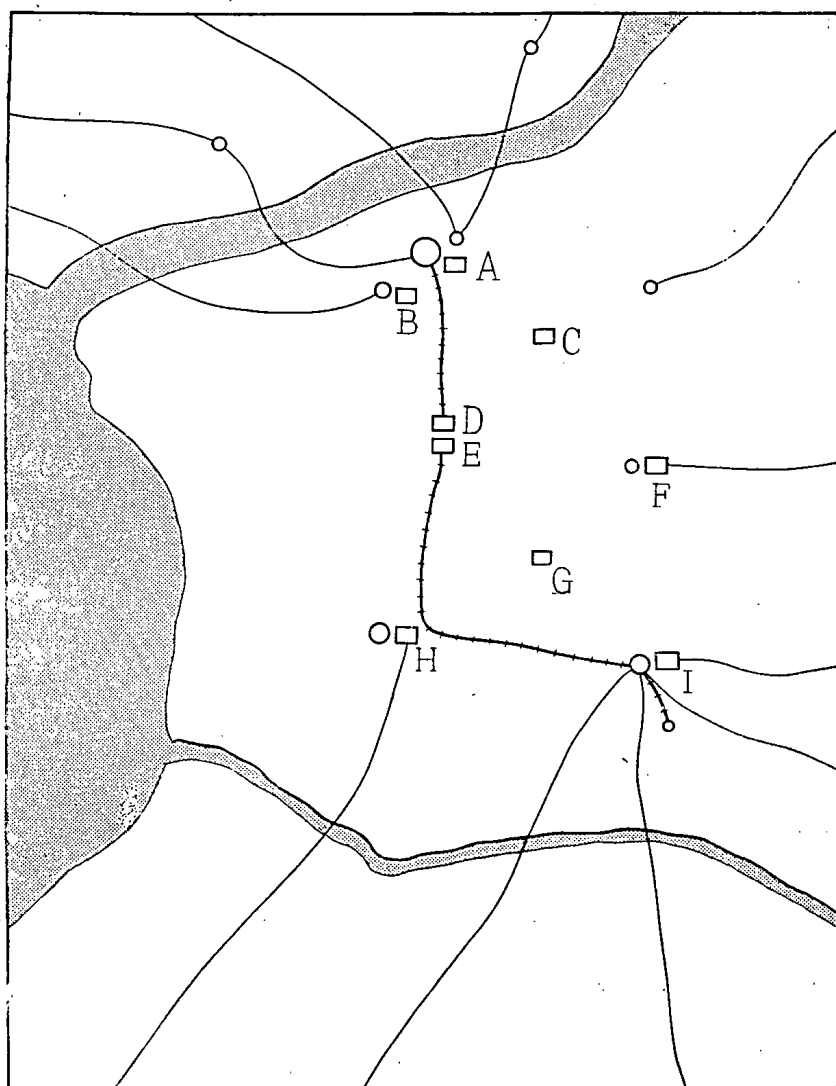
C₂（中流の下）の2つに分けている。

D， 下層階級で生活困窮者も含む。（下流）

Ⅲ 大阪市周辺世帯の百貨店利用度

Ⅱによると大阪市周辺の一般消費者が百貨店を利用する率は83.1%で毎月1回以上の利用者が50%に達している。利用者の頻度は市内居住者が高く階層別にみると若い年齢層給料生活者及び生活程度が割合に高い階層が高くなっている。

大阪市内の百貨店の所在



アルファベットは百貨店、— は各郊外電車、○はその発着点
--- は地下鉄

大阪市内に散在する百貨店の利用度をみると、全体として中心部にあるものよりも大阪市北部及び南部のターミナルにあるものが多くなっている。（大阪市内地区的百貨店利用比率は北部ターミナル25.9 南部ターミナル24.3 中心部16.1）これを地域別にみると各々その特徴が現われ、大阪周辺部では南部ターミナル神戸周辺部では大阪北部ターミナルに集中していることがわかる。その利用についての理由とするところは交通利便が先ずオ一で、その百貨店の商品数の豊富、品質、サービス等はオ二の問題としている事実は予想外である。

百貨店と小売店との競合はしばしば問題となるが、百貨店はその特性により独立小売店の犠牲によつて徐々にその基礎を確立した一方、多くの小売業者は百貨店の影響をうけて売買上の駄引の廃止、一定の表示価格による商品提供という慣行を採用せざるを得なくなつた。更に百貨店はその存在によつて最も企業心のある小売業者に対して教育的な影響をあたえた。即ち小売業者も百貨店の特色を取り入れ、魅力的なショウウィンド、商品の陳列、回転度数を一段と高める政策を採用して、それぞれの孤塁を守つている。商品の購買に際して百貨店と小売店とが如何なる率で利用されているかを見ると（表2）全般的には小売店がより多く利用されるが、特に食料品の場合は80%まで小売店によつている。例外として（贈答用の場合は百貨店による場合が圧倒的に多い）洋品雑貨は百貨店が小売店、いわゆる専門店に相当近接している。更にこれを地域別にみると大阪市周辺部が小売店の利用率が高いが、同時に百貨店の利用率も市部と同程度或はそれ以上になつていることは住宅関係から周辺部に生活程度の高い階層給料生活者の世帯が漸増していることを裏づけている。又階層別にみると生活程度の高い階層及び給料生活者の衣料、洋品、雑貨の購買率は百貨店の利用率が専門店のそれより高くなつている。

IV 大阪百貨店の売上高推移

昭和26年、昭和25年6月朝鮮動乱が勃発して経済界は動乱ブームの恩恵に浴し、百貨店の売上高は大衆の購買力の増強により著しく上昇し、26年には年計

性別	年齢	洋服類(生地類)			呉服類			肌着、靴下等			ネクタイ、ハット、洋品			食料品			おつかいもの																					
		百貨店	小売店	その他	百貨店	小売店	その他	百貨店	小売店	その他	百貨店	小売店	その他	百貨店	小売店	その他	百貨店	小売店	その他																			
男	18~29	27.557.3	5.7	8.0	19.949.7	14.212.2	35.253.4	4.1	6.0	37.845.1	7.8	9.3	12.273.8	6.2	8.0	63.721.5	5.7	6.7	24.661.8	4.8	6.4	27.551.6	9.0	9.2	36.355.4	2.4	4.6	40.041.3	8.6	6.4	10.183.7	1.3	2.6	67.325.3	2.6	2.9		
女	30~39	27.661.4	3.3	6.2	29.553.8	8.6	6.2	38.151.9	4.3	3.3	44.840.0	7.1	5.7	11.482.9	0.9	4.3	71.421.0	2.4	3.3	23.369.4	3.8	5.6	18.149.3	17.0	16.3	38.252.4	3.1	6.9	38.248.3	4.9	13.2	9.078.1	5.9	7.3	69.119.8	5.6	4.5	
	40~49	30.449.7	5.8	11.0	24.649.7	6.8	9.4	34.056.5	1.0	6.3	39.340.3	10.5	2.6	9.980.1	2.6	4.7	63.924.1	3.7	5.2	27.661.4	3.3	6.2	29.553.8	8.6	6.2	38.151.9	4.3	3.3	44.840.0	7.1	5.7	11.482.9	0.9	4.3	71.421.0	2.4	3.3	
	50~	23.151.3	9.9	6.6	27.050.7	10.5	7.2	30.359.2	4.6	3.3	32.240.8	13.2	6.6	15.875.1	3.9	2.6	50.134.2	3.9	3.9	30.449.7	5.8	11.0	24.649.7	6.8	9.4	34.056.5	1.0	6.3	39.340.3	10.5	2.6	9.980.1	2.6	4.7	63.924.1	3.7	5.2	
職別	給料生活	30.256.7	5.3	7.2	27.445.2	13.512.5	46.645.7	2.9	4.8	48.140.9	4.8	6.7	19.268.3	4.3	4.8	76.116.3	3.4	3.8	23.151.3	9.9	6.6	27.050.7	10.5	7.2	30.359.2	4.6	3.3	32.240.8	13.2	6.6	15.875.1	3.9	2.6	50.134.2	3.9	3.9		
	自由商工	25.060.1	5.1	6.7	16.755.8	13.3	9.2	35.055.8	3.3	4.2	37.545.0	7.5	7.5	7.579.2	4.2	8.3	62.526.7	3.3	5.0	30.256.7	5.3	7.2	27.445.2	13.5	4.6	64.57.2	2.9	4.8	48.140.9	4.8	6.7	19.268.3	4.3	4.8	76.116.3	3.4	3.8	
	労務農業者	22.764.4	3.8	8.3	17.454.5	15.1	9.8	22.764.4	6.1	6.8	18.946.2	13.6	3.8	78.0	5.3	8.3	47.734.1	9.1	7.6	27.661.4	3.3	6.2	29.553.8	8.6	6.2	38.151.9	4.3	3.3	44.840.0	7.1	5.7	11.482.9	0.9	4.3	71.421.0	2.4	3.3	
	無職その他	24.959.6	5.8	6.8	26.850.9	8.4	4.10	2.34.655.4	2.4	5.2	40.442.0	8.1	7.3	8.985.0	2.1	2.9	67.222.8	2.9	3.9	30.449.7	5.8	11.0	24.649.7	6.8	9.4	34.056.5	1.0	6.3	39.340.3	10.5	2.6	9.980.1	2.6	4.7	63.924.1	3.7	5.2	
生活程度別	A	38.944.4	2.8	13.9	30.641.7	15.3	6.9	51.437.5	1.4	2.8	54.222.2	2.8	9.7	16.759.7	5.6	4.2	84.713.9	1.4	0	23.151.3	9.9	6.6	27.050.7	10.5	7.2	30.359.2	4.6	3.3	32.240.8	13.2	6.6	15.875.1	3.9	2.6	50.134.2	3.9	3.9	
	B	31.558.6	5.6	4.3	27.947.8	14.3	10.2	42.746.8	2.8	6.4	47.340.4	5.4	5.1	13.677.7	2.8	5.1	75.415.9	2.8	4.3	30.256.7	5.3	7.2	27.445.2	13.5	4.6	64.57.2	2.9	4.8	48.140.9	4.8	6.7	19.268.3	4.3	4.8	76.116.3	3.4	3.8	
	C ₁	18.564.6	4.6	8.6	20.356.3	8.3	10.5	24.365.2	3.7	3.7	29.849.2	11.1	8.3	7.779.7	4.3	6.5	50.832.9	5.2	4.6	27.661.4	3.3	6.2	29.553.8	8.6	6.2	38.151.9	4.3	3.3	44.840.0	7.1	5.7	11.482.9	0.9	4.3	71.421.0	2.4	3.3	
	C ₂	13.258.5	9.4	9.4	9.450.9	9.4	18.9	11.356.6	5.7	11.3	9.435.8	13.217.0	071.7	3.8	9.4	26.434.0	11.315.1			23.151.3	9.9	6.6	27.050.7	10.5	7.2	30.359.2	4.6	3.3	32.240.8	13.2	6.6	15.875.1	3.9	2.6	50.134.2	3.9	3.9	
	D																																					

大阪市内八百貨店品目別売上高推移表

(単位千円)

表 3

年次	品目	売上高	衣料品	雑貨	家庭用品	食料品	その他	店外販売	食堂喫茶	サービス	卸	商品券
昭和25年		17,343,160	6,772,525	3,652,425	1,327,743	2,699,550	725,686	687,740	375,200	302,801	799,490	385,881
26年		24,723,571	11,026,031	5,220,123	2,220,793	3,524,659	741,105	960,493	592,974	437,393	—	527,541
27年		29,380,359	12,565,456	6,375,719	2,860,690	4,609,565	636,625	1,192,561	774,103	365,640	—	450,951
28年		36,330,436	15,602,150	7,767,510	3,853,011	5,595,958	793,026	1,347,676	1,014,651	356,454	—	460,436
29年		37,964,698	16,987,884	7,746,209	3,896,315	6,105,324	639,983	1,069,688	1,155,063	364,252	—	400,969
30年		38,321,373	16,639,917	7,716,291	4,292,603	6,526,186	561,169	980,347	1,232,683	372,177	—	409,703
31年		44,819,388	19,281,378	8,977,293	6,162,629	8,019,810	721,790	—	1,293,765	362,700	—	509,958
32年		51,660,872	22,253,511	8,832,081	7,565,520	9,478,500	518,419	425,670	1,596,380	416,461	—	574,330

(大阪百貨店)

実質増加率は 110.3% を示した。

昭和27年、朝鮮動乱は休戦状態となつてアメリカの軍拡も停滞状況となり、海外需要の減退から輸出不振におちいり一部物価は低落し、国民生活は戦前の約80%に回復し、百貨店の売上高も年間前年よりも実質増加率85.3%の増加を示した。しかもこの年次には終戦以来接收されていた店舗の接收解除が漸次実行されて使用面積は前年比19.2%増加している。

昭和28年、国内の消費景気が旺盛になつて前年より実質増加率は 119.4%で一方実質国民所得は戦前なみに回復し消費水準は27年より13.2%増で戦前以上に達しているが、こうした内需インフレのために輸入の急増に伴い国際収支は悪化し生産の上昇によつてストックは増大し年末には購買力は弱化して百貨店売上高の伸び率も低下するにいたつた。

昭和29年、経済界の各分野に漸く不況は浸透し、輸入の増大による手持外貨は危機に頻し財政金融面に強力な緊縮政策がとられたので消費者の購買意欲は低下して百貨店の売上高は頭打ちとなつて実質増加率は 108.9%となつた。特に注意を要するのは百貨店の面積が前年より58.4%増加したことである。

昭和30年、数量景気とよばれた如く日本の経済界は未層有の豊作と予想外の輸出活況で百貨店の売上高は増大したが、大衆の貯蓄性向が大で消費態度は、きわめて慎重であつたが物価水準が若干低下したので、実質売上高は95.0%前年より増加している。

昭和31年、前年に引続き好調を示し更に加うるに設備投資の動きが、きわめて活潑で好景気を支える大なる支柱の一つとして役立つた。輸出を景気上昇の外部的要因とするなら設備投資はその内部要因となり、消費水準が上昇し、しかも、その内容が高度化する傾向を示し、百貨店の売上高は前年より16.9%増加となつた。

昭和32年、財政投融资の引締め政策の影響は生産段階に及び6月を頂点として産業活動は下降に転じ、本格的デフレの様相を見せ始め、特に不況の底にある人絹織物、綿、スフ、人絹関係の機屋、自転車、鉄鋼関係の中小メーカーは

生産調整と繰業短縮に伴う人員整理や物価の落調で全般的に不況の色濃く、商品市況は全面的に下落し、企業の資金事情の悪化は生産活動の本格的な調整の段階にたち至つた。かかる事情の下にあつて、百貨店の売上高は前年比15.2%の増加で売場面積も亦昨年より25%増加しているから30年31年の如く著しい上昇とはいいがたい。(註1)

現金一口当り売上高指数 表4

30年	31年	32年
1月 100.0	1月 101.1	1月 113.6
2 107.3	2 112.6	2 125.4
3 106.3	3 109.0	3 119.3
4 99.2	4 96.9	4 116.1
5 95.4	5 92.9	5 106.3
6 84.9	6 92.4	6 104.8
7 95.9	7 106.7	7 122.4
8 90.8	8 98.7	8 110.1
9 92.5	9 94.5	9 106.5
10 109.0	10 117.8	10 131.4
11 111.5	11 127.7	11 —
12 142.2	12 168.6	12 —

(30年1月を100として大阪百貨店)

大阪銀行協会社員銀行預金高 表5
(単位百万円)

27年 12月末	321,778
28年 12月末	388,118
29年 12月末	437,776
30年 12月末	543,430
31年 12月末	709,831
32年 12月末	827,511

上記は大阪銀行協会加盟の社員銀行預金残高につき大阪府下に所在する銀行のみ(相互銀行、信用金庫、農中、商工中委等含まず。但し興銀、長期、日本不動産銀行は含む行数42行、店舗数425店)

V 都市生活者の収入支出の変遷

昭和31年度の都市生活者の収入を総理府統計局の家計調査でみると経済界の好況を反映して実質で7.9%上昇している。即ち現在の生活は一般的に戦前の水準以上に達している。27年28年当時に比べて消費水準を上げたというより、むしろ将来のために貯蓄するという気持が強く貯蓄性向を次々に高め(表5)大阪市内の銀行預金高だけについてみても32年12月末のそれは27年12月末に比べ225,000億円増加という、すばらしさで、次々に消費性向を低めている。勤労者の手取収入に占める消費支出の割合即ち平均消費性向は漸次減少して、29年には92.6%、30年には90.8%となり31年は88.2%に低下し戦前の88.3%と同程度となり貯蓄にむけられる割合も年々増加して32年にはこれを突破している。31年の好況により低所得階層の所得増加率が他の階層

に比べて僅かながら増加し、中堅階層の世帯数が増加して所得の分布を健全な型にしたが、31年末から32年にわたつて景気の停滞が現われその転嫁の対象となつて、再び転落の可能性をはらみ、次々に金融引締めによる景気の後退により深刻の度を増す傾向にある。

都市勤労世帯の収入動向 (全都市)

表 6

	29年度	30年度	31年度
実収入総額 (円)	27,632	31,631	34,731
(実質収入額) (円)	(24,880)	(26,920)	(29,063)
同上 大坂市の場合	22,862	23,259	—
租 税 公 課 (円)	3,490	3,482	3,716
可処分所得 (円)	26,142	28,150	31,015
消費支出 (円)	24,116	25,409	27,480
消費水準 (26年=100)	134.3	143.5	152.7
C. P. I.	119.1	117.5	119.5
可処分所得に対する租 税の割合 (%)	13.4	11.0	10.7

勤労世帯所得階級別世帯の構成比の変化

表 7

所得階級別	24,000円以下	24,000円～ 43,999円	44,000円以上	全 階 層
昭和 29 年	52.2%	37.1%	10.7%	100.0%
30 年	51.3%	37.3%	11.4%	100.0%
31 年	47.0%	40.6%	12.4%	100.0%

主要家計費の費目別消費水準の変化

昭和26年=100

表 8

	綜 合	食 料	主 食	その他の 食 料	被 服	光 熱	住 居	その他の 諸費
昭和27年	116.7	111.3	106.4	114.7	145.2	104.9	121.1	117.3
28年	129.0	122.0	110.7	130.4	155.9	113.0	144.0	130.7
29年	128.8	120.5	108.6	128.9	147.5	114.9	141.9	136.0
30年	137.6	126.2	110.2	137.8	161.6	120.4	152.8	146.9
31年	146.4	131.8	112.0	145.7	177.3	123.8	176.6	155.8

VI 大阪八百貨店の売上高と家計の関係

昭和25年から32年までの大阪八百貨店の売上高（表3）と都市勤労世帯（一部大阪市勤労世帯表6，表7）の収入動向と主要家計費の消費水準の変化とによつてその関係をみると，昭和31年から32年にわたつて都市生活者の消費生活がその水準内容ともにかんりの上昇を示した（表6，表7，表8）家計調査による費目別消費水準についてみると住居費関係の対前年比率が15.6%とはね上り，被服費は9.7%でこれに次ぎ，上昇率の小さいのは主食費でわずかに1.6%である。昭和30年頃から住居費の割合が30年の5.8%から7%に増加し，被服費，家庭用品等比較的高級で文化的な消費内容をもつ消費支出の割合が漸次増加し，食料費の比率即ちエンゲル係数は48.7%から46.5%に低下しているし，勤労世帯についてみても44.5%から42.9%に低下して著しく消費内容の向上がうかがわれる。

然しエンゲル係数が戦前勤労世帯で35.8%に及ばないので都市の生活水準は戦前に及ばないとするが，戦前の家計調査は借家居住世帯のみを対象としていたため家賃部分のみでも家計費の13%を占めていたが，現在の家計調査は持家をも含めているから比率が戦後著しく増加して68%（昭和30年10月センサス）であることを考慮に入れなければならない。

大阪八百貨店の売上高は30年下半期から次第に増加して家庭用品，衣料品が特に著しく耐久消費財の需要増加の傾向にある。消費者がその生活をどの程度まで引上げようとするかは社会的環境と過去に経験した生活水準に関係をもつ即ち各自の現在の生活が周囲の人達の生活を眺め，又例えば戦前の生活に比べて低い場合には少くともその程度まで引上げようとする欲望が作用するが，現在の生活は一般的にみて戦前以上に達しているから終戦後数年間にあらわれた消費水準を引き上げようとする努力よりも，むしろ将来にそなえて貯蓄しようとする意欲が旺盛である。従つて貯蓄性向を次第に高め消費性向を低めている。然るに大阪市内百貨店の売上高は逐年上昇を続けている。大阪市内八百貨

店の現金一口当り売上高指数によつてみても毎年相当な売上増加を示していることがわかる。(表4)これが要因は大阪市の人口増加と、非購売層の家計が漸次購買層の家計への転移による。

Ⅶ 考察結果

大阪市の人口1万人当り百貨店の使用面積(註1)は1135平方メートルで人口1万人当り百貨店の売上高は17,279円(註2)であるが、大阪市に於ける昼間人口(25万人増加と推定)を考慮に入れると上記の数字は若干小さくなる。販売促進を特色とする百貨店企業は、未使用の購買力をあらゆる要因一価格、型、サービス、広告量、施設の近代化等々を拡大して、販売促進の努力をはらっているが、購買者は以前の如く即応しなくなつたことは事実で、販売促進の売出し特価販売の頻度は過去の事態とは異つて百貨店の正規価格は大衆に大なる訴求力を発揮し得なくなつた。かくて大衆を吸収するためには百貨店も半額提供、特価販売を謳わざるを得なくなつた。一方大衆の生活水準の上昇は低所得階層の所得増加率が他の階層に比較して僅かではあるが漸増の傾向にある。総理府統計局の家計調査について収入階級別(表7)による世帯分布の動きをみると、24,000円以上の階層が増加している。昭和29年から30年には24,000円未満の階層の構成比は52.2%から51.3%に減少したが、31年は47%となり、4.3%の減少をみた。他方24,000円以上44,000円未満の階層は37.3%から40.6%に44,000円以上の階層も11.4%から12.4%となり、中堅階層以上の割合が増加したことは高額所得者や貧困世帯を除いた都市生活者の所得はある程度近接する傾向にあることを示す。元来消費支出は短期的な経済変動とは直接関係なく、タイムラックをもつて動くものであるから、百貨店の売上高に直ちに大きい影響を与えるものとは考えられない。

大阪市の如き大都市に位置した百貨店は小都市に位置した百貨店が直面する競争に比べて、はるかに強い競争に直面する。百貨店の経費と売上高はその位置している都市の人口に正比例して変化する傾向がある。即ち大阪市の人口は

昭和25年2015350人、昭和30年には2547316人である。5年間に26.4%の増加でその他大阪市に集中する郊外電車沿線の衛星都市の人口並に産業別人口総数は表9の通りである。

大阪市並に大阪市に発着する各郊外電車沿線の都邑の人口推移

(昭和25年30年のセンサスを基礎とする)

表 9

	昭和25年	昭和30年	昭和25年～30年 人口増加率 %	昭和25年 産業別人口総数
阪急・国鉄・東海道線	1,050,778	1,230,535	14.6	363,936
京阪・片町線	218,741	249,375	12.3	84,502
近鉄・大阪線・奈良線	804,510	857,468	6.2	287,952
近鉄・南大阪線	266,549	277,703	4.0	97,576
国鉄関西線	175,408	190,424	7.9	61,650
南海高野線	299,092	341,215	12.3	105,112
国鉄阪和線	477,135	535,751	10.9	181,345
南海本線	519,958	586,794	11.4	188,742
大阪市	2,015,350	2,547,316	26.4	—

現在大阪市の人口は273万人余（昭和32年末）で他の五大都市がいずれも既に戦前の人口を取りもどしているのに、大阪市のみが追従していないのは戦災によつて110万人と一挙に約3分の1に激減したためである。昭和32年初めから社会増（転出と転入の差）が著しく、おそらく2.3年後には戦前の300万人を突破し、数年後には戦前の最高人口を上廻るものと予想される。即ち昨年（32年）の人口増加は10万7000人で漸く戦前のペースを取りもどし、今後このペースは落ちることがないと考えられる。最近半年間の人口動態をみると、1年前に比べて各月とも大体2～3倍の増加率で社会増の多いことが特徴である。人口増加の問題については人口問題研究所の推定によれば、20数年後には日本の人口は1億200万人強をピークとして絶対的減少に転化するというから、おそらく大阪市の人口もこの影響を受けるものと考えられる。しかも百貨店の形態が大型化傾向にあることと、地域的に集中化する傾向から売上の増大と収益率は経費の膨張によつて必ずしも一致しないことである。（昭和32年12月30日）

- (註) (1)前年年計の売上高を100とした増減比率が名目売上高伸び率で、これは単純に前年の実績で当年の数字を除したものに過ぎない（ここでは略した） その間の物価変動率を考慮に入れると必ずしも正確に売上高の増減を伝えるものと云えないから物価変動率（前年の物価指数で当年の物価指数を除した商）で名目売上高伸び率を除したものを実質売上伸び率とした。
- (註) (2)大阪八百貨店面積÷大阪市全人口
- (註) (3)大阪八百貨店全売上高÷大阪市全人口（昭和31年）