

# 戦後日本の小売業とジェンダー

## 女性自営業主の位置づけに注目して

Postwar Japanese Retail Business and Gender :  
Focusing on Female Self-Employed Owners

満菌 勇

MITSUZONO Isamu

はじめに

- ①女性自営業主数の推移と位置づけ
- ②女性業主による小売業経営の特徴と生活時間
- ③女性業主の類型と配偶関係
- ④女性業主の従業とケア負担
- ⑤女性のいない「まちづくり」

おわりに

### 【論文要旨】

本稿の目的は、戦後日本の小売業における女性自営業主の位置づけを検討することであり、以下の内容を明らかにした。小売業の自営業主に占める女性の割合は、1950年代後半から2010年代に至るまで一貫して3割前後に上り、安定的に推移した。1980年代後半からは、小売業が全体として「法人企業の世界」となり、自営業そのものが大きく縮小していったが、それでも自営業主の女性比は一定の割合を維持していた。女性自営業主には、業主となった経緯に即して、以下の4つの類型がみられた。①夫からの事業承継によるもので、もともとは店主の夫を中心とした家族経営のなかで、家族従業者である妻として従業していたところ、夫の死別により業主となったタイプ。②親や兄からの事業承継によるもので、家の家業を継ぐ男子がいないために、跡継ぎとして業主となっていくタイプ。③夫との死別を契機に新規開業に至ったもので、母子福祉資金貸付を受けて開業する場合もあった。④夫は健在ななかで新規開業に至ったもので、夫が別の職業をもっている場合も多く、追加的稼得や商売好きという動機も広くみられた。総じて女性自営業主による小売業経営は零細で、そこから得られる所得も男性に比べて明確な低水準にあった。そこでは、資金準備や技術習得に関わるジェンダー不平等とともに、女性はケアを担う性であるという性別役割分業の観念のもと、家事・育児などケアの負担を免れ得ないがゆえの時間的制約も大きかった。商店街組織の意志決定から女性が排除されてきた問題についても、こうした女性自営業主の性格を踏まえて検討されるべきであると考えられる。

【キーワード】 中小小売業、商店街、事業承継、女性起業、母子福祉