

近代大阪の小売商

— 公設市場からスーパーマーケットまで —

薬師院 仁志

History of Local Trade in Modern Osaka:

from Municipal Markets to Supermarkets

【要旨】

本稿は、主として現地調査と資料分析を通じて、近代大阪における小売業の形態について、その歴史の変遷を生鮮食料品の流通を中心に分析し、一般市民に対する食料品供給のあり方を考察する試論である。その際、特に生産段階と小売・消費段階とを結ぶ関係の重要性に着目し、それが産地直送型と市場原理型の間で揺れ動いて来たことを論証すると同時に、両形態が果たして来た役割と問題点を指摘した。

大阪では、第一次大戦から米騒動にかけての混乱期、第二次世界大戦直後の混乱期といった非常時には、何らかの形で産直方式が台頭し、逆に、それらの混乱を正常化してゆく過程において、小売市場と中央卸売市場を核とした市場原理方式が推進されて来た。しかし、第一次石油危機という非常時を契機として、大手スーパーを中心に再び台頭して来た産地直送方式は、外国産農水産物の直輸入も含め、その後も一方的に拡大し、今や中央市場型市場原理方式の巻き返しを許すことなく全域化しつつある。

実際、今日では、長く大阪の小売業の中心を担って来た小売市場や商店街が衰退する一方で、大型店への一極集中化が進行し、一般市民の食生活も変化を余儀なくされている。こうした中、一部の生産者と消費者が、自主的に産地直送ルートの開拓を進めるという動きも見られる。しかし、たとえその担い手が大型店であれ自主的な市民活動であれ、産地直送型の食料品供給は、そのルートの閉鎖性や不透明性といった問題を抱えているのである。

食糧品の安定供給と品質保障が市民生活にとって重要な問題である以上、その今後の方向を見定める上でも、過去の歴史の変遷に着目する必要があるというのが、本稿の提示する論点である。

はじめに

大阪の生鮮食料品流通は、産直販売と市場原理との間で揺れ動いて来た。第一次世界大戦に起因するインフレーション、第二次世界大戦直後の食糧難といった緊急事態に際しては、何らかの形の産直方式が台頭し、開かれた市場原理の導入がそれを修正するという過程を踏んで来た。だが、第一次石油危機以後、スーパーマーケットが一種の産直方式を導入し、大規模店の

小売業支配が確定してからは、中央市場を経由した公開取引は下火になる一方なのである。

都市の住民が必要な食糧を調達し、食物の質や安全性を確保してゆくためには、生産者と消費者を結ぶ経路が非常に重要である。それを公正な形で保障することは、為政者と行政当局の責務であろう。本稿では、近代大阪の小売商の果たして来た役割を追跡することを通じて、その問題の本質と、今後の課題を指摘したい。

一. 前史

大阪は、すでに一六世紀末頃から、日本の商業および金融業の中心地として発展を始めていた。一八世紀に入ると、全国各地の産物は一旦大阪の市場に集められ、そこから再び全国の消費地へ送られるようになる。大阪が商人の街と呼ばれた所以である。ただし、大阪商人の中心は、小売業者ではなく、むしろ問屋と仲買業者であった。当時の大阪商人は、今日の商社のような活動を行う実業家だったのである。小売商に関して言えば、むしろ大消費地である江戸（東京）の方が発達していた。大阪の小売商は、明治維新以後の近代化の過程の中で発展して来たのである。

明治維新（一八六八年）以後も、一九世紀大阪の小売商取引では、店頭での現金販売ではなく、「得意廻り」と「掛売り」という方式が主流であった。各商店は、「通帳」あるいは「買物帳」と呼ばれた記録簿を発行し、契約を結んだ固定客だけを相手にしていたのである。大阪では、米屋、酒屋、醤油屋を始め、八百屋、肉屋、魚屋、塩干屋、漬物屋、乾物屋もまた、多くがこの方式を採用していたと言われている。しかし、商人と顧客との縁故関係を基礎とする「得意廻り一掛売り」型の商法は、やがて、生活様式の近代化や都市人口の膨張に適応できなくなってゆく。特に、縁故や個別交渉に起因する価格の不透明性は、暴利の温床として非難の対象となった。要するに、大阪が匿名の大都市へと変化してゆくにつれて、市場の透明性が求められるようになったのである。

日露戦争（一九〇四年～一九〇五年）の直後あたりから、日本でも、大都市圏への人口集中が加速し始める。一八九七年には七五万強であった大阪市の人口もまた、市域拡大とも相俟って、一九〇五年に一〇〇万を突破し、一九一六年には一五〇万に達している。近郊の農村地帯から大量の住民が大都市に流入することによって、一方で農村の食糧供給力を低下させたと同時に、他方では都市貧困層の形成が促進されてしまった。その結果、大阪市でも、市民の食糧供給の安定化が、衛生や教育などとともに、最重要の政策課題として位置づけられるようになったのである。そして、第一次大戦（一九一四年～一九一八年）に起因するインフレーションが、この問題の緊急性を一気に浮かび上がらせた。なお、明治期以前における大阪の小売商に関しては、酒井亮介「近世・近代大阪の小売商—生鮮食品を中心に—」、酒井亮介「大阪の生鮮食料品市場の成立とその沿革」に詳しい。

二. 公設市場の誕生

一九一八年（大正七年）四月一五日、大阪市は、六ヶ月間の臨時的施設として、市内四ヶ所（東区谷町・西区境川・南区天王寺・北区福島）に「日用品供給場」を設立した。これが、後に全国的に広がることになる公設市場の起源である。一九一八年七月から九月にかけて発生した米騒動を公設小売市場誕生の契機だとするのが通説であるが、厳密に言うならば、その理解は必ずしも正しくない。むしろ、大阪でいち早く導入された公設の廉売小売市場という方式が、米騒動を契機に多くの都市において模倣されたと言うべきなのである。

第一次世界大戦による特需景気は、輸出の急増を引き起こし、日本経済に空前の好況をもたらした。戦争で生産力の低下したヨーロッパに対する輸出が増加したと同時に、それまでヨーロッパ製品の輸出先であったアジア諸国が日本からの輸入を急増させたためである。これを期に、日本の資本主義的生産は急速に発展することになる。

しかし、低賃金労働に支えられた輸出依存型の産業発展は、好景気ともなうインフレーションとの矛盾に直面してしまう。要するに、賃金は上がらないのに物価だけが急上昇したのだ。大阪市では、この物価騰貴に対処すべく、すでに一九一七年、公設小売市場の必要性が緊急課題として検討されていた。そして、一九一八年二月二七日の市議会において「公設市場設置に関する建議」が提案され、三月三〇日にそれが正式に可決されると、早くも四月一五日には市内四ヶ所に「大阪市設日用品供給場（後の大阪市設小売市場）」が設立された。このことから、一九一八年は日本の「小売市場元年」と呼ばれているのである。ただし、創設期の市設日用品供給場は、純然たる商業施設であるというよりも、むしろ社会事業の一環としての性格の方が強かった。

当初は試験的に導入された公設市場方式は、皮肉にも、開設直後に米騒動に遭遇することによって、価格牽制機関としての機能を高く評価されることになる。米騒動とは、米価高騰に抗議する民衆暴動で、まず一九一八年七月二三日に富山県中新川郡東水橋町で勃発し、それが全国各地に波及したものである。政府は、警察力だけでこれを鎮圧することが出来ず、軍隊まで出動させ、ようやく九月一七日に事態を沈静化させることに成功した。

米価高騰の主要原因は、生産高不足ではなく、むしろ流通や販売の問題であった。一九一七年のロシア革命に対して、アメリカ、イギリス両国は、反革命勢力の支援のため、日本にも協力を求めた。そして、日本軍がシベリアへ出兵するとの情報が流れると、米価の値上がりを見込んで、農家は売り惜しみを始め、米問屋は買い占めに走った。政府は暴利取締令（一九一七年九月一日）を出して対処しようとしたものの、成果が上がらず、米価は約四倍にも跳ね上がり、米騒動という事態を引き起こしてしまったのである。

米騒動は大阪にも波及し、米穀店に対する襲撃事件などが市内各所で発生した。当初の市設

供給場は、日用食料品の廉価供給を使命としていたのだが、米は取り扱っていなかった。米騒動の渦中の八月五日になって、急遽白米の安価供給を始めた次第である。白米廉売に対する市民の反応は好意的であったが、わずかに四ヶ所の実験的施設に過ぎなかった市設廉売所だけでこの大騒動に対処することは、とうてい不可能であった。

それでも、小売段階における公的介入は、その物価牽制機能を高く評価され、大阪市の公設市場方式は、やがて全国各地で模倣されてゆく。実験的施設として設立された大阪市の市設廉売所もまた、恒久的施設として、市設小売市場へと拡大、発展してゆくことになるのである。

三．公設市場の発展と私設市場の急増

米騒動に象徴されるように、当時の物価高騰の主原因は、商品の生産量不足ではなく、むしろ不透明かつ非効率的な流通や販売のシステムの側にあった。そこで、大阪市当局は、公的な市場介入によって、自由市場の健全化を図ろうとしたのである。

設立当時、市設供給場の大きな特徴の一つは、「中間無用ノ費用ヲ省ク」ことだと説明されていた。実際、市当局が準備した「日用品供給場設置計画ノ概要」には、「生産者ヲシテ直接販売セシメ仲介手数料ヲ省クコトヲ期スル」、「農生物ニ関シテハ主トシテ府下ノ生産者ヲシテ直接販売セシムル」などと記されていたし、「日用品供給場出品心得」でも、「供給場内販売業者は生産者及製造業者若しくは其代理人とす」と規定されていたのである。これは、一種の産地直売方式であった。黎明期の公設市場は、旧来からの流通経路に依存しないことによって、その弊害からも逃れようとしたというわけである。

また、「供給場内販売業者」は慎重な審査によって選抜され、選ばれた業者に対しては、供給場の趣旨や役割が周知されていた。すなわち、不透明かつ不公正な商慣行を駆逐するため、現金販売（掛売りなし）、正札販売（値引きなし）、正秤販売（正しい量り売り）の三原則が徹底されたのである。商品の販売価格は、全て大阪市が指定していた。市の調査員が、卸売市場の相場を調査して指定価格を決定すると同時に、各市設供給場の監視を行い、品質と価格の統一化を図っていたのである。その指導は、極めて厳格であったと語り伝えられている。

大阪市が試験的に実施した小売市場への公的介入は、予想以上の好評を博した。市設供給場自体が低価格販売を実現しただけではなく、そのことが日用食料品の市中相場を抑制する機能を果たしたからである。特に、米騒動の渦中、白米の市中相場が一升五〇銭に達していたのに対して、供給場がそれを一升三五銭で販売したことは、市民から非常に高く評価された。供給場の売り上げも好調で、商業的見地からも、それは十分に採算の取れるものであった。また、各種商店を一ヶ所に集めるといふ市場方式は、これまでの小売業にはなかったものであり、その利便性が多くの消費者を引きつけた。かくして、当初は六ヶ月間の臨時的施設として設立された市設供給場は、その後も存続してゆくことになり、公設市場の積極的な増設が開始された

のである。

なお、米騒動直後の一九一八年九月に京都市でも公設市場が設立されたのを皮切りに、この動きは、一〇月には神戸市、十一月には名古屋市、十二月には横浜市へと急速に広まっていった。ただし、大幅な黒字経営を維持し続けたのは、大阪市の公設市場だけであった。

ともあれ、一九一九年以後、「大阪市設日用品供給場」は「大阪市設小売市場（公設市場）」と名を改め、市内各所に増設されてゆく。大阪市では、一九四二年（昭和一七年）までに、五ヶ所もの公設市場が誕生することになるのである。ただし、わずか四ヶ所の臨時的施設として設立された当初は全額市費負担によって運営されていたのだが、これ以後、公設市場にも「自弁主義」の原則が導入され、市場施設使用料の徴収も開始された。また、恒久的施設となったことで、当初はバラックに過ぎなかった市場施設も改善され、売り場面積の大規模化も進展していった。

しかし、公設市場の増設と常設化に際しては、解決しなければならない問題点もあった。第一の問題は、生産者による直接販売方式では、需要と供給のバランスが取りにくかったことである。特に出店者が農業者の場合、自己の生産物だけで消費者が求める品目を取り揃えることは困難であったと同時に、それらを自店舗だけで完売することもまた、非常に困難だったのである。さらに、公設市場に経営を圧迫される既存の小売業者からの反発と抵抗も生まれて来た。こうした中で、大阪市は、一九一九年一二月に「公設市場使用条例」を制定し、それらの問題に対処しようとしたのである。

以後、需給バランスの確保のため、当初の生産者直売方式の性格は完全に失われてゆく。そして、既存の小売業者との摩擦を避けるため、新規の公設市場では、近隣の小売商に出店の優先権を与えることになった。これらの措置の結果、取り扱う商品も、日用食料品だけではなく、日常生活必需品全般にまで拡大された。公設市場は、臨時的な社会事業ではなく、純然たる商業施設へと姿を変えていったのである。ただし、出店者の審査および監督、正札販売、現金販売、正秤販売といった諸原則は、厳しく適用され続けた。

一九三一年（昭和六年）十一月一日、公設市場の「親市場」として、大阪中央卸売市場が、紆余曲折のあげく、ようやくその業務を正式に開始する。全国の産地からの商品を一手に収集し、公開の取引の下、市場原理による公正な価格決定を実施するというのが、その基本原則であった。この時点で、価格の安定策が、産直方式から市場原理方式（せり売）へと完全に切り変わったのである。

公設市場の発展は、大阪市の小売業界全体に影響を与えた。民間の小売商たちが、自らも公設市場を模倣し始めたのである。公設市場のシステムとルールをそのまま採用した民間の私設小売市場が、市内各所に次々と開設された。一九一九年には、早くも二一の民間小売市場が誕生したのである。私設市場はその後も増え続け、一九三〇年（昭和五年）には、大阪市内だけ

でその数は一七〇を数えた。この数は、当時の公設市場数の約三倍に当たる。

公設市場と私設市場との間の競合関係も深くなり、私設市場側は、自分たちの利益を守るため、一九二六年（大正一五年）に「大阪私設市場組合」を組織した。ただし、当時の私設市場には、出店数が少なく設備も貧弱なものがかかなり含まれており、それらの多くは非常に短命であったと言われている。それでも、少なくとも全般的に見れば、大阪の小売市場は、公設私設の別を問わず、一九二〇年代から一九三〇年代にかけて、大いに繁栄していたと見なすことができるであろう。この時期はまた、小売市場を核として商店街が形成されていった時代でもある。

しかし、一九三七年（昭和十二年）七月七日に盧溝橋事件が勃発し、日本が戦争への道を進み始めると、小売市場も衰退へと向かって行く。戦争末期になると、大阪の小売市場や商店街は、そのほとんどが営業不能状態に陥っていた。そして、一九四五年（昭和二十年）、四七回にも及んだ大阪空爆が、総計約一万五千人の一般市民の命を奪うとともに、全てを終わらせたのである。公設市場の約半数は、米軍の無差別爆撃によって、その建物自体を失ってしまった。

四．終戦直後の復興期

終戦直後の一時期は、社会が混乱し、戦時中の経済統制も中断されていたが、すぐに戦後配給統制が実施されることになる。一九四五年一二月に発表された「鮮魚介類価格措置要綱」を皮切りに、一九四六年に入ると、二月には「食糧緊急措置令」、三月には「物価統制令」が施行され、四月一日からは、東京、横浜、名古屋、京都、大阪、神戸の六大都市で「米の配給制」が開始されたのである。これらの規定自体は、戦時下の経済統制よりも厳しいものであった。

しかし、実際には、終戦直後から大都市の至る所に不法な闇市が出現しており、配給制度等による統制効果は非常に低かった。闇市では、不法な手段で調達した商品が、適正価格の数倍から数十倍の値段で売られていたのである。都市部では、食糧をはじめとする生活物資の獲得が困難を極めた。そのため、地方から大都市へ流入していた人々の多くが故郷に戻り、大阪市の人口は、戦前の約三分の一にまで落ち込んだと推計されている。ちなみに、大阪市の人口は、一九四〇年（昭和十五年）の三二五万強をピークに、戦後もこれを越えたことは一度もない。

戦後の食糧不足は、都市部だけの問題であった。農村部は空襲被害もほとんどなく、戦争に起因する農業生産の落ち込みの実態は、国民を飢えさせるほど深刻なものではなかった。つまり、国内に存在する食糧自体がそれほど不足しているわけではなかったのである。大都市の食糧難の原因は、ひとえに、農家と闇商人が暴利をむさぼろうとしたことにある。事実、闇市には、食料品も含め、ありとあらゆる商品が豊富に存在しており、カネさえ払えば何でも手に入ったのだ。逆に言えば、戦後の食糧難もまた、商品流通を整備すれば解決できる問題であったと同時に、そうしなければ解決できない問題でもあったのである。なお、闇市の実態は、芝村

篤樹『都市の近代・大阪の二〇世紀』に描写されている。

こうした中、一九四六年二月、大阪市経済局の後押しで「大阪市商店会総連盟」が結成され、闇市に対抗し、小売商自身による健全な商店街づくりが始まった。そして、一九四六年八月には、大阪府警が駐留米軍の協力を得て闇市を強制的に排除し、同年九月には、大阪府が「闇市排除令」を出した。このような措置によって、形の上では、不法営業の闇市は消滅したことになる。しかし、実質的には、それまで不法占拠という形で営業していたものを、改めて地主と賃借契約を結ぶことで、闇市は一九五〇年ごろまで存続することになるのである。また、大都市住民の多くは、近郊の農家へ高価な闇米を買いに行くことを余儀なくされていた。このような意味で、終戦直後の闇市や闇米販売もまた、ある種の産直販売だと見なすことができるのである。そこには、産地と小売とを結ぶ正常な中間ルートが欠如していたからである。ともあれ、闇の産直販売によって、戦後期の農村の多くは非常に潤った。実際、ある県では、当時の様子に関して、「農村部では生産農家で食料に困ることはなく、むしろ、結果的には都市と農村の間の生活の平準化が行われた」（『日本史授業に置ける地域学習の研究』）と報告されている。

このような状況下、闇相場による生活苦にあえぐ大阪市民は、公設市場の再興を強く求め、流通の正常化を望む行政側もそれを急いだ。一九四六年五月一日に森小路と桜川で公設市場が復活したのを皮切りに、一九四七年末までに三四件、翌年末までに計四〇件の公設市場が営業を再開したのである。しかし、公設市場は、まさに公設であるが故に、配給統制規則を遵守せねばならず、商品数も少なく、なかなか市民の需要を満たすことができなかった。商品流通が正常化し、大阪の食糧事情が改善するのは、ようやく一九四九年に入ってからである。なお、公設市場の数は、大阪で万国博覧会が開催された一九七〇年（昭和四五年）に四二件に達するが、一九八八年からは減少に転じる。そして、二〇〇五年時点における「大阪市公設市場連合会」の会員施設は、二七にすぎず、しかも、その大半が小規模なスーパー型施設に姿を変えてしまっている。

ともあれ、公設市場は、終戦直後から、再び小売市場の模範として新たな歩みを始めたのである。それに伴って、民営の私設市場も復興を始めた。多くの私設市場は、市場師あるいは市場屋と呼ばれた企画業者が、公設市場のマニュアルを模倣して、場所の選定、建物の建築、出店者の募集および選定を行って開設した。一九六〇年、私設市場の数は二八五件に達したと言われている。そして、私設市場もまた、一九七〇年代前半に最多となり、以後は減少を続けている。

五. 戦後の繁栄期

おそらく、大阪市の小売市場の全盛期は、第二次世界大戦前であろう。それでも、一九五〇年代から一九六〇年代において、小売市場業界は第二の繁栄期を迎えることになる。その後、

一九七〇年代から一九八〇年代には停滞期を迎えるのだが、それでも多くの小売市場は生き延びていた。だが、一九八八年に、鶴橋、出来島、船場の三ヶ所で公設市場が閉鎖されてしまう。そして、一九九〇年代に入ると、どの市場でも経営難と後継者不足が深刻化し、閉鎖に追い込まれる小売市場が続出するようになる。商店街が消店街やシャッター通りなどと呼ばれ始めたのも、この頃からである。

ともあれ、一九五〇年になると、闇市もほぼ消滅し、再び小売市場の時代がやって来た。特に私設市場の増加は著しく、一九五三年末に一七七件となって、早くも戦前の水準を回復し、一九五六年四月、その数は二七一件に達した。市の人口は戦前の水準を下回っていたにもかかわらず、わずか三年余の間に一〇〇件近い私設市場が開設された計算になる。これは、小売市場間の過当競争を引き起こした。その背景には、職を求める多くの人々が、市場内に店を出そうとしたという事情がある。日本が本格的な高度経済成長を開始するのは、一九六〇年一二月に池田勇人内閣が国民所得倍増計画を打ち出してからであるので、それ以前の都市住民にとって、市場商人は非常に魅力的な職業であった。独立した店舗を構えるのに比べて、市場に店を出す方がはるかに安上がりだったからである。

こうした状況下、一九五七年、私設小売市場の地位向上と振興発展を目指す自主的組織として、「大阪市小売市場連合会」が結成され、市場濫立に歯止めをかけようとする動きが生まれた。そして、一九五九年には「小売商業調整特別措置法（商調法）」が成立し、無秩序な市場新設が規制されることになる。その後も法の抜け穴を突くような市場新設がなくなることはなかったと言われているが、増加速度は急速に鈍り、一九六五年を境に減少へと転じるのである。いずれにせよ、様々な問題を抱えながらも、一九六〇年代は、商店街や小売市場にとって、戦後の繁栄期を形成していた。だが、その背後で、時代の変化が着実に進行していた。

一九五五年、大阪で最初のセルフサービス店（いわゆるスーパー）が開店する。天神橋筋の「セルフハトヤ（後のニチイ）」である。その後、一九五七年には、旭区千林に「主婦の店ダイエー」が開店する。それ以後も、類似業者が次々と後に続いた。大阪市内では、早くも一九六〇年代半ば頃になると、セルフサービス店やスーパーが珍しいものではなくなっていた。しかし、当初のスーパーは、小売市場や商店街を脅かす存在だとは見なされていなかった。特に生鮮食料品に関しては、まだまだ市場や商店街が圧倒的に強かったのである。しかも、一九六〇年代から一九七三年の第一次石油危機までの間は、日本経済の高度成長期に当たり、個人消費全体が大幅に拡大した時期で、たとえスーパーが売り上げを伸ばしたところで、それが市場や商店街を圧迫することは少なかったのである。要するに、パイ自体が大きくなっていったのだ。だが、当初は「スーとできてパーと消える」と言われたスーパーは、やがて中小の小売商にとって、大きな脅威となってゆく。

六. スーパーの台頭

スーパーが成立するためには、まず生産者側の企画大量生産が必要である。その意味で、初期のスーパーが衣料品や加工食品をはじめとする工業製品の販売を中心としていたことは、当然と言えば当然である。このことは、小売市場や商店街の中心であった生鮮食料品店にとっては好都合であったが、荒物店や雑貨店の売り上げには大きな打撃を与えた。そして、荒物店、雑貨店、衣料品店等々が姿を消し始めると、小売市場や商店街自体の活気もまた、誰も明確には気づかないうちに、わずかずつ失われていった。市場や商店街で何でも手に入る時代が、徐々に終わり始めたのである。

スーパー業界は拡大を続け、やがて、最初は手を出せなかった生鮮食品の分野にも進出してくる。初期のスーパーは生鮮食品部門が弱かった。その理由の一つは、生鮮食品を取り扱う技術を持った職人がいなかったからである。もう一つの理由は、チェーン展開を行っているスーパーでは、複数店舗の売場に並べる商品を開店前に計画的に取り揃えておかねばならないのだが、中央卸売市場で行われる毎朝の「せり売」で商品を仕入れていたのでは、それを実現することができなかったことによる。だから、規格大量生産の工業製品のごとく生鮮食料品を調達すること、これこそが、スーパーが乗り越えなければならない課題となったのである。

しかし、スーパーに代表される大規模小売店は、業務の徹底したマニュアル化と機械化によって職人問題を解決し、商社や生産者と直接取引を行うことによって、生鮮商品の安定供給と価格低下を実現してゆく。その結果、中央市場を中核とする市場流通もまた、揺らぎ始めてしまった。いわゆる、流通革命である。流通革命はまた、農水産物の輸入を加速させる契機でもあった。海外産地からの直接輸入は、商品の低価格化と大量安定調達に便利だからである。いずれにせよ、スーパー業界は、中央市場の「せり売」を経由しない方式を求めたのだ。

その反面、中央市場の「せり売」で高値がつくような商品は、スーパーの店頭には並ばなかった。スーパーで売られていた生鮮品は、「スーパー物」と呼ばれ、概して低品質だったのである。だから、専門の小売商人たちの間では、スーパーが自分たちのライバルになるという危機感がそれほど強くなかった。特に、冷凍物の肉や魚介類などは、バカにして自店に置こうとさえしなかったのである。それでも、一店で何でも手に入る場所となったスーパーは、その利便性から、徐々に多くの消費者を集めてゆくようになる。そして、一九七三年（昭和四八年）の第一次石油危機が、事態を一気に加速させた。経済が混乱し、物価上昇が進行する中で、消費者は、ただひたすら安い物を求めるようになったからである。スーパーの安売り広告は、多くの消費者を急速に引きつけていった。逆に、高品質と職人技で対抗しようとした中小の小売商は、その競争力を失ってしまったのである。

だが、石油危機に誘発された物資不足もまた、生産量の問題ではなく、流通の問題であった。今日ではよく知られている通り、商社や卸売業者の買い占めが事態を混乱させた主因なのであ

る。このような状況こそが、皮肉にも、中央市場における公開売買に依存しないスーパー業界を躍進させる契機となってしまった。

こうした中、一九七三年、中小の小売業者の強い要望を受けて「大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律（大店法）」が制定された。その目的は「大規模小売店舗における小売業の事業活動を調整することにより、周辺の中小小売業の事業活動の機会を適正に確保し、小売業の正常な発達を図り、もって国民経済の健全な発展に資すること」だとされている。すなわち、中小の小売業者を保護するため、大規模小売店の開業日時、開店時間、休日日数、売場面積等を規制し、実質的にその出店を制限しようというものだったのである。この時期は、まだ小売商人の勢力が強く、政策もそれに配慮する必要があったのだ。

しかし、スーパーの隆盛と中小小売店の凋落という傾向には、全く歯止めがかからなかった。大阪府全体で見れば、一九六九年から一九八四年までの一五年間に、生鮮食品の購入先として、一般小売店の占める割合が約七五%から約五〇%に低下する一方で、スーパーの占める割合は、約二〇%から約四〇%へと倍増したのである。やがて、スーパーと中小小売店の力関係は、完全に逆転する。

大阪府全体で見れば、一九八二年から一九八五年のわずか三年間に、市場数で五九、市場内店舗数で二六五四の減少が起こった。三年間で一五%以上の店舗が消滅した勘定である。一九九〇年代以後、この傾向はますます進行しており、今や市場や商店街の衰退は誰の目にも明らかである。そこには、様々な原因がある。

女性の社会進出および単身世帯の増加は、消費者の買物時間帯を多様化させた。だが、個人経営の零細小売店では、夜間早朝の買物客に対応できない。その結果、営業時間の長いスーパーや、二四時間営業のコンビニエンスストアに多くの客を奪われた。また、伝統的な地域社会の解体は、匿名性の高いスーパーでの買物を好む消費者を増加させた。さらに、家族経営の小売店にとっては、後継者不足も大きな問題である。小売市場や商店街の繁栄期には、まさにそのことによって、商店主の子供たちの多くが高等教育を受ける機会を得、結果として、家業を継ぐことなく企業や役所に就職する傾向を生み出した。そして、後継者を失った商店では、新規の投資がなされず、店舗の老朽化が放置され、客離れも加速している。現経営者の引退とともに商店自体が消滅することは、もはや既定路線なのである。こうして、空き店舗が目立つようになった市場や商店街は、消店街やシャッター通りと呼ばれるようになり、さらに活気を失って行くという悪循環に陥っている。

このような状況から脱却しようとして、多くの市場が、自らもスーパーへと姿を変えていった。一九七九年一〇月、平野区の私設光平市場が、大阪府内の市場としては初めて「セルフ化」を導入し、「セルフショップ光平」というスーパーに姿を変える。公設市場でも、一九八三年三月、鯉江公設市場が全面改装セルフ化し、「ナマズエストア」となった。これらを皮切りに、多

くの市場がスーパー形式を取り入れてゆく。一九八七年までに、大阪府全体で一〇〇件以上の市場がスーパーへの業態革新を実行した。その後もこの流れは続き、大阪市内でも、公設私設を問わず、多くの市場がセルフサービス式のスーパーに姿を変えていったのである。

しかし、それらが必ずしも成功しているわけではない。むしろ、こうして生まれた中小スーパーは、広域展開する大手スーパーに圧倒されているというのが現状であろう。規模や資金力に差がありすぎて競争にすらならないのだ。たとえば、城東区関目の私設「第一市場」は、「エピコット関目」という小規模スーパーに姿を変え、やがて消滅し、跡地にはマンションが建設された。率直に言って、明るく飾りつけられ、広々として快適な大手スーパーに比べると、この「エピコット関目」は、暗く、小さく、地味で、雑然とした施設でしかなかった。市場としての魅力を失った上、スーパーとしての魅力も持たなかったのである。セルフ化公設市場の先駆けである「ナマズエストア」もまた、今日では別のスーパーになってしまっている。

やがて、二〇〇〇年三月には、大店法も廃止される。それに替わって、二〇〇〇年六月より「大規模小売店舗立地法（大店立地法）」が施行された。これは、大規模小売店舗の出店に際して、交通渋滞、騒音、ゴミ処理等の影響を審査することで、その周辺の地域社会の生活環境を適正に保持することを目的としており、もはや従来の「大店法」のような、中小の小売業者を保護するという性格は完全に失われている。実際問題として、市場や商店街は減る一方で、ほとんどの消費者がスーパーで買物をしているという状況下では、スーパーを改善することが国民の利益だというわけである。

ただし、ごく最近になって、これとは別の動きも見られるようになった。二〇〇五年一〇月、市街中心部の空洞化に強い危機感を抱いた福島県議会が、郊外大型店（六千平米以上）の出店を規制する条例を制定したのである。だが、これもまた、駅前等の市街中心地の商業施設全般を保護するという色合いが濃く、中小の小売業者を保護することを直接の目的としているわけではないようである。

ちなみに、フランスでは、今でも中小零細商店の保護政策が実施されている。たとえば、チェーン店や大規模店が自由にバーゲン（ソルド）を行うことは許されていない。バーゲンの時期や実施期間が厳格に制限されているのである。しかも、一定期間以上前に仕入れ、売れ残った在庫商品しかバーゲンの対象にしてはならないのである。また、日曜日の商店営業に関しても、飲食店や薬局等の一部例外を除き、かなり厳しく制限されている。

七．食料品流通の現状

現在、大手スーパーが販売する生鮮食料品は、かつてのような低品質ではない。卸売業者にとっても生産者にとっても、圧倒的な販売力を持つ大手スーパーこそが一番の得意先となったからである。その結果、中央市場で「せり売」にかけられる商品は減少の一途をたどっている。

一九九九年には「卸売市場法」自体が改訂され、相対取引（直接売買）を主流とすることで、「せり売の原則」は廃止されてしまった。これは、公開の市場を介さないという意味では、一種の産直方式の再主流化である。だが、この方式は、大手スーパーに大量に商品を納入できる大産地ばかりが潤う仕組みであり、中小の産地にとっては大きな打撃でしかない。大産地と大手スーパーとの産直取引が生鮮品の流通を支配しているのである。ますます拡大を続けるスーパー型の産直方式に対して、旧来の市場原理は、もはや全く対抗することができなくなってしまっている。

かつては、たとえ中小の産地からの品物であっても、品質さえ良ければ、中央市場の「せり売」で高値をつけることができた。市場や商店街の店主たちは、品質を見分ける眼を持っており、「うまいもん」を売る店は繁盛したものだ。だが、この仕組みが衰退し、街の小売店がなくなると、中小産地の農水産物を消費者に届ける方法はなくなる。これまでは、中小の卸業者と街の小売店こそが、産地と消費者を結ぶ役割を果たしていたからである。そして、消費者には、大手スーパーが扱う大産地の商品か大量輸入品しか手に入らなくなるのである。また、実際にそのようになりつつある。

たしかに、天神橋筋商店街や千林商店街などは、現在でも繁栄している。だが、これらは例外的に大規模な商店街で、天神橋筋商店街などは、端から端まで歩けば「満歩状」という賞状がもらえるほどの大きさである。しかも、両商店街とも、今や生鮮食料品を扱う店はごく少数派で、雑貨やファッションが主流となっている。すなわち、それらは、匿名化した一種のショッピングセンターなのであって、もはや徒歩圏の地元地域住民の食生活を支える場ではないのである。

ちなみに、個人経営の大衆食堂もまた、似たような状況に置かれている。ファーストフード店やコンビニが林立する一方で、手作りの家庭料理を提供するような小規模食堂が減少している事実は、今や誰の眼にも明らかであろう。自営の食堂経営者が減り、時給労働者ばかりが増え、そして、食べ物の工業製品化が加速しているのである。

八. 新しい産直活動

近年では、食の安全を考える市民の自発的活動としての産地直送運動も見られるようになった。だが、中世までの時代ならともかく、産地直送方式で全国民の食糧需要が満たされるはずはない。今日の食糧自給率を考慮するならば、国産の農産物を産直販売で購入できる人々は、特権階級だとすら言えるであろう。

もちろん、食の質や安全性を考えるならば、産地の生産者と都市の消費者を結ぶ経路の透明性を高めなければならない。だが、その経路は、一部の生産者や消費者の自発的活動によってではなく、制度的に支えられ、万人が利用できるものである必要がある。そうでなければ、

経路を持つ者と持たざる者の格差を助長するだけだからである。極端な話、知識層や富裕層だけを自発的メンバーとし、貧しい者から順に排除される産直活動など、存在しない方がずっと公平なのである。ましてや、一部の者の自発的活動が、中小の小売商を圧迫するようでは、元も子もない。

小売市場や商店街が栄えた時代には、生産者の顔は見ることができなくても、販売する商人の顔は見ることができた。商品の説明を聞くこともできた。だが、現在、圧倒的大多数の消費者は、スーパーに並ぶ商品を黙ってカゴに入れる他はない。その価格が適正か否かさえも判断不能なのだ。国内外の生産者から産直方式で買い付けた農水産物の相場など、誰にも分からない。スーパーが「良い！安い！」と言えば信じるしかない。そこに問題があることだけは事実であろう。だが、誰も解決策を持たないのが現状である。だからといって、一部の者たちだけが、自発的に抜け道を探ることは、社会的差別の助長以外の何物でもない。食糧の安定供給と食の安全性が権利として主張されるならば、まさに権利であるがゆえに、それは、一部の者の自主的な活動によってではなく、万人に適用される公的かつ透明な制度によって保障されなければならないのである。

市場原理は、一般に、弱肉強食の原理だと言われている。たしかに、野放しの市場原理には問題が多い。だが、市場原理をも歪めるような商品流通は、それ以上に問題が多いのである。少なくとも食糧に関しては、供給の安定、価格の決定、品質の保証において、一般庶民に対する公的保護が不可欠であろう。それらこそが、公設市場開設の基本方針だったことを忘れてはならない。

おわりに

小売市場や商店街は、単に商品の供給だけを担って来たわけではない。それらは、地域住民にコミュニケーションの場を提供し、近隣社会の連帯と親睦を下支えしていたのである。校区の小学校にとっては、市場や商店街が社会見学の授業を行う場になっていた。匿名の顧客が自家用車で買物に来る大規模スーパーに比べて、小売市場や商店街は、非常に安全な空間だからである。実際、地域の小売商店の中には、事故や犯罪から子どもたちを守る警備所のような役割をも担っている所もあった。

高齢者や障害者にとっても、市場や商店街は便利な買物施設であった。顔見知りの商店主に頼めば、必要な品物を容易に手に入れることができたし、小口の配達を依頼することもできたからである。

しかしながら、伝統的な小売市場や商店街は、あと数年のうちに、その一〇〇年近い歴史に幕を閉じるであろう。少なくとも、その可能性を否定することはできない。だから、われわれは、その姿を記録しておくと同時に、その後のことを考えなければならない。小売業者や消費

者と生産者との間の個別直接取引なのか、中央卸売市場を介した公開の市場原理なのか、あるいは第三の道があるのか、それらを真剣に検討する必要がある。

なお、本論を作成するにあたっては、市場や商店街で小売店を営む多くの人々からご教示をいただいた。

参考文献

酒井亮介「近世・近代大阪の小売商—生鮮食品を中心に—」『市場史研究』、市場史研究会、第一七号（一三一頁～一四四頁）、一九九七年。

酒井亮介「大阪の生鮮食料品市場の成立とその沿革」『大阪市公文書館研究紀要』大阪市公文書館、第一六号（七六頁～一二二頁）、二〇〇四年。

芝村篤樹『都市の近代・大阪の二〇世紀』思文閣出版、一九九九年。

大阪市史編纂所（編集）『大阪市の歴史』創元社、一九九九年。

藤本篤・前田豊邦・馬田綾子・堀田暁生『大阪府の歴史』山川出版社、一九九六年。

参考資料

酒井亮介「資料と解説：大阪市公設市場の誕生」『市場史研究』市場史研究会、第三号（七五頁～九七頁）、一九八六年。

大阪市小売市場連合会『庶民の台所復権へ—大阪市小売市場連合会四〇周年記念誌』一九九七年。

大阪市小売市場連合会結成三〇周年記念誌編纂委員会（編集）・惣宇利紀男（監修）『明日の小売市場を求めて—結成三〇周年記念誌』大阪市小売市場連合会、一九八八年。

大阪市公設市場七〇年史編纂委員会（編集）・大阪都市協会（編集協力）『大阪市公設市場七〇年史』大阪市公設市場連合会、一九八九年。

『これが大阪の商店街だ—未来に向かって飛翔するための五〇年間の軌跡— 大阪市商店会総連盟創立五〇周年記念誌』大阪市商店会総連盟、一九九七年。

大阪市商業振興企画（企画編集）『パノラマウォーク大阪の商店街 上・下』大阪市経済局、一九九九年。

鳥取県立鳥取東高等学校社会科日本史部会（編集発行）『日本史授業に置ける地域学習の研究』一九八五年。
(やくしいんひとし)

本研究は、「プルトーニュ地方審議会後援・日仏産直研究プロジェクト (Programme de Recherche d'international, PPIR-VDBJ)」の成果の一部である。