Osaka University Knowledge Archive

Title	戦後の兵庫県西脇地域における商業の展開
Author(s)	廣田, 誠
Citation	大阪大学経済学. 2013, 63(1), p. 198-217
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/57035
rights	
Note	

Osaka University Knowledge Archive : OUKA

https://ir.library.osaka-u.ac.jp/

Osaka University

戦後の兵庫県西脇地域における商業の展開

廣　田　　誠[†]

要　約

本稿の目的は戦後の兵庫県西脇地域における商業の展開状況を明らかにすることにある。西脇市とその周辺地域は，兵庫県播磨地域の内陸部に立地し，農村地帯における商業活動の中心として機能していた。同地域は地場産業としての織物工業で広く知られ，当該産業に従事する女性労働者が多数居住していた。そしてこの特徴は，同市における商業活動にも少なからぬ影響を及ぼしていたのである。

JEL 分類：N9，N95

キーワード：西脇市，小売商業，卸売市場，綿織物業，女性従業員

はじめに

近年筆者は，戦後の兵庫県下における小売商業の展開に関する研究を進め，その成果を公表してきた。このような研究に取り組むきっかけとなったのは，廣田（2007）の終章において，今後検討すべき課題の一つとして，戦後における日用品小売市場（いちば）の展開をあげたことである。すでに廣田（2007）の刊行時点で戦後の豊中市における日用品小売商業の展開について廣田（2006）を発表していた（『新修豊中市史』社会経済の編纂に参加を許され，戦前・戦後の豊中市における商業の部分を担当した成果として）ため，これに続く戦後日用品小売市場研究の対象として阪神間を選び，阪神地域における小売市場に関する研究成果を廣田（2010）ならびに廣田（2011c）として順次刊行した。その後日用品小売市場につき対象地域を広げ，兵庫県下において阪神地域のあとを追う形で都市化が進んだ播磨地域について研究を進め，その成果を廣田（2011b），廣田（2012a）ならびに廣田（2012b）として順次刊行した。また廣田（2011a）では，同じく播磨地域における鉄道の電化が商業活動に与えた影響について考察を行った。

このようにして筆者は戦後の兵庫県地域における小売商業全般の展開を考察してきたが，そこで対象としたのは，いずれも瀬戸内海沿岸の，工業化・都市化が進展し，人口稠密な地域であった。これに対し本稿が対象とする西脇市とその周辺地域は，内陸部に位置し，農村地帯の消費中心として機能しており，経済発展の度合いや人口規模からみて，これまで筆者が考察の対象としてきた地域とは性格を異にしていた[1]。他方同地域の場合，地場産業としての織物工業で広く知られ，当該産業に従事する女性労働者が多数居住していたことが，他の内陸部に

† 大阪大学大学院経済学研究科教授

1 西脇市は 1917 年 11 月 1 日に津万村を西脇町と改称して町制を施行し，さらに第二次大戦後の 1952 年 4 月 1 日，西脇町が多可郡日野村・重春村・比延庄村を合併して市制を施行した。その後 1954 年 3 月 30 日には加西郡芳田村を編入している（八木哲治・石田善人（1992））。

立地する地方都市とも異なる特徴をこの地域に与えていた。そしてこの特徴は，以下本稿の考察によって明らかにされるごとく，同地域における商業活動にも少なからぬ影響を及ぼしていたのである。

1. 百貨店と商店街

戦後の西脇市における商業の展開を見る上で一つのキーワードとなるのは，「西脇物価」と呼ばれた物価の高さであった。こうした問題を巡る動きは，すでに昭和20年代の末から見られた。1954年10月，運動の主旨に賛同する西脇市内の商店によって「物価引下推進会」が組織された。同会に加盟する店舗は店頭に「正札の店」の看板を掲げるとともに，販売商品にはそれまでの定価を3％程度引下げた正札を付した。当時同会に加盟を申込んだ商店はおよそ50軒，そのうち取扱商品別にみて最も多かったのは衣料品関係の店で，一方市民の消費生活に最も影響の大きい食料品関係の店は1軒のみに留まった。またこの運動の主旨に賛成した市内の食肉店では牛肉を百匁につき10円に，また大衆食堂ではめん類を5円，酒とビールを各10円に値下げした[2]。

昭和30年代初頭西脇市の商店街は，市内はもとより隣接町村一帯も含めた北播地方における消費の中心地であり，1957年時点でその商店数は，市の連合商店会に加盟していた店のみで350軒，未加盟店を加えれば400軒以上に達した。これは1952年市制施行当時の320軒に比べ100軒近い増加であり，また10年前との比較ではおよそ2倍であった。そのため1954年ごろを境として，同市の商店街は飽和状態に至った。そしてこのような状況に乗じ進出してきた都市百貨店の出張販売・宣伝は，商店街には大きな痛手となった。そこで1956年夏，西脇市の商店街は，同じく苦境にあった小野市，三木市，社町の各商店街とともに兵商連東播支部（石井武夫会長）を結成し，商店診断や商店経営ゼミナールの開催で百貨店の進出に対抗した[3]。

またこのころ西脇市では，クーポン販売が好評を博していた[4]。クーポン販売を実施していたのは専門店会と模範店会の二商業協同組合であった。デフレに悩まされていた当時，商人と消費者のいずれにもこの販売方法は大いに歓迎され，いずれの商組におけるクーポン販売も大いに繁盛していた。ことに当時の西脇市では，「西脇商品を愛する運動」を展開していたため，関与する50軒あまりの業者はもとより，商工会議所もこのクーポン制に力を注いでいた。当時の西脇市におけるクーポン利用の状況をみると，まず西脇専門店会では，1952年10月，北播地方の他の商店街に先駆けてクーポン販売を始めたが，1955年当時の加入者は市内ならびに多可郡内の官公庁，学校，会社，工場など77団体に属する2200名で，発足して間もない1953年度には800万円ほどであった年間売上高も，翌54年度には加盟店の23軒で1300万円に達し，55年度は1500万円を目標においていた。販売品目の内訳はシャツ，洋服などの衣類がトップで，ラジオや家具，時計などの高級品も当時は増加傾向にあった。クーポン券としては5000円の「普通券」と1万円の「高額券」を発行していたが，利用率は約7割とおおむね好調であった。「売掛金の回収もスムーズになった」と専門店会の会長は喜びを露わにし，デフレに苦しむ商人にとってクーポンは「救いの神」となっていた。一方西脇市でクーポン販売事業を展開するいまひとつの商組・西脇模範店会は，専門店会にならって1954年4月に発足したが，発足と同時に32軒が一斉にクーポ

[2] 「食料品はたった一軒　十日発足　西脇商連物価引下運動」『神戸新聞』北播版　1954年10月5日

[3] 「百貨店攻勢を防げ　西脇商連　大同団結の計画進む」『神戸新聞』北播版　1957年1月5日

[4] 「私の名は“クーポン”」『神戸新聞』東播版　1955年5月15日。

ン販売を開始した。同商組のサービス実施範囲は西脇市と多可郡内の82団体，2300名で，専門店会の得意先へ食い込むものもあった。個人とは契約せず，官公庁，諸機関との契約を主として手堅い経営を心掛けた結果，売掛金の回収も100％という好成績を上げていた[5]。

この他に都市百貨店への対抗策としては，共同組織による百貨店の開設が挙げられる[6]。1957年の春，「他地方に比べて西脇の物価は高い」という市民の批判に応え，また1956年より具体化してきた生協問題に刺激される形で，共同組合組織による百貨店の開設が企画された。同市戎町の映画館・西脇東映をやや西側に移築し，その跡地に350坪の二階建て売場を造ろうとしたもので，営業品目は衣料品，食料品，日用雑貨，書籍，医薬品など，加えて店内には映画館をはじめ食堂，クリーニング，理美容などのサービス部門も設ける計画であった。発起人は同市在住の5名で，市内の商店有志およそ30名を出資者とし資本金3000万円で発足，将来は工場，官公庁，労組などからも出資を求め協同組合組織に近いものとする計画であった。

しかし労働者の積極的な協力を求めた建設発起人側から地元労組・西脇地方労働組合協議会（地協）への出資要請に対し，地協側は計画中であった生協問題との関係もあり，しばらくは静観する旨を回答した。その理由は，構想中の百貨店が，開店後も理想通りの経営が出来るかどうかに地協側が疑問を抱いていたことにあった。しかし同時に地協側は，新しい百貨店が真に労働者へのサービスセンターとして実現するならば，地協内に百貨店経営協議会（仮称）を設け何らかの形で協力してもよい，とも返答していた。

このように西脇商店界有志の百貨店計画は，ただちに地元労組の協力が得られなかったことで出だしからつまづく格好となったが，さらに百貨店の開業に立ちはだかったのは敷地の問題であった。4月15日には出資申込みも締切り，25人の株主からの一人20万円，計500万円の払込みも済み，さらに用地買収費668万円の内金として200万円の払込みが完了するなど着々と計画が進行していたさ中の4月16日，すなわち敷地名義の書換え当日，建設予定地が銀行の担保となっていたことが判明した。このため西脇東映跡地への百貨店建設は不可能となり，敷地を変更せねばならない羽目に追い込まれたのである。

かくして早期の百貨店開業が不可能となった西脇市商店連合会（会長山口虎平，加盟店70）は，11月6日の役員会で，特売日制度を設け，都市百貨店の攻勢には当面これで対抗することを決めた。都市百貨店の販売攻勢は年々激しさを増し，外交販売に重点をおき，各事業所の従

5　当時におけるクーポン販売の実態につき，1951年に創業した日本信用販売（のちの日本信販）の例をみると，創業当初の日本信用販売では，クーポン券には百円券，五百円券，千円券の三種類を設け，これらを組み合わせて合計3000円までの使用が可能となっており，一部上場企業の厚生課と交渉して，職域単位でクーポンを発行していた。クーポン会員となるためには入会保証金100円とクーポン帳の代金30円をおさめなければならず，提携百貨店ではこのクーポンを提示することにより，商品の購入が可能となった。支払は購入翌月から3ヶ月（3回）の分割払いであった。当時日本信用販売は高島屋，白木屋，松屋などの百貨店と提携し，販売代金の4％を加盟店手数料として百貨店より徴収する一方，販売の翌月には代金の3分の1を現金で，また残額を30日と60日の手形で百貨店に対し支払った。またその後，ミシンとカメラについては「特別購入クーポン」を発行し，長期（6ヶ月）分割払いの道を開いて，やりくりに追われる庶民に歓迎されたという（岩崎和雄（1993）281-282頁）。

6　「西脇に待望の百貨店　有志が出資し合って　七月早々に開店目指す」『神戸新聞』北播版　1957年4月4日，「西脇地協　百貨店へ出資を断る　将来の経営を危ぶむ　サービス実現すれば別」『神戸新聞』北播版　1957年4月11日，「百貨店の建設遅れる　西脇　担保になってた敷地　出資払込みもすむ　関係者改めて物色へ」『神戸新聞』北播版　1957年4月25日，「商店連が特売日作る　阪神，姫路からの廉売攻勢対策　百貨店設立への足掛り」『神戸新聞』北播版　1958年11月8日，「共同特売場開き　西脇市商店連　延べ五，六千人が殺到　ほとんどを売りつくす」『神戸新聞』北播版　1958年11月13日，「西脇に初のデパート　鉄筋三階建　婦人層の吸収ねらう」『神戸新聞』北播版　1960年9月20日。

業員に直接接触する形で年間4～5000万円の購買力を地元商店より奪っていた。「特売日制度」は，商店街に属する各商店が一定期間所定の場所に参集し共同販売を行うもので，兵庫相互銀行西側の広場において毎月定期的に開催し，実行と統制の両委員を設け，30店以上を集めて衣料品，日用雑貨から食料品に至るまで扱うこととした。こうして時間をかせぎながら，1～2年間で合同百貨店を新築する計画であった。

西脇市商店連合会の「共同特売場」は，11日午前8時から市内豊川町で店開きした（15日までの5日間開催）。初日は快晴に恵まれ，また「市価よりも安く，品物は保証付」という商店連合会の宣伝も効を奏し，早朝から満員の盛況となった。砂糖などは1人600㌘に販売を制限したにもかかわらず午前中に売切れる程で，延べ来場人員は5～6000人にも上った。連合会の100～130万円という当初売上予測に対し，初日の実績は100万円を超え，午後5時の閉店となっても客足は絶えず，午後3時ごろまでに下駄や石鹸など用意した品をほとんど売り尽くした。下駄を販売していた小売店の主人は，翌日に売る品物もなくなり，「ハナ緒をすげるのに今夜は徹夜です」とうれしい悲鳴をあげながら午後4時ごろ帰途についた。またある主婦は以下のような感想を残した。

「いろんな品物が一ヵ所にまとまっているので便利です。確かに市価より安いが，なかには安いかわりに悪いと思われるような品物も一つか二つあったようです。しかし商店連合会がこのように協力してよい品を安く売るということはよいことですし，今後毎月一回か二ヵ月に一回ぐらい続けてやってほしいと思います」

「いろんな品物が一ヵ所にまとまっているので便利」とのコメントは，当時の西脇地域住民の百貨店に寄せる期待の程をうかがわせるものであった。この他に「ちょっとのぞきにきたのですが，安くてよいものがたくさんあったので，ついこんなに買ってしまいました」と「買物包みを山のようにかかえていた人」もおり，この特売は商店主と消費者のいずれにも好評であった。

以上のような紆余曲折を経て，懸案の協同組織による市内初の百貨店・有限会社扇屋デパートが西脇市に開業したのは1960年秋のことであった。9月20日センター街の蓬莱座前で商工関係者を招いて落成式を挙行し，翌21日開店することとなった。市内商店有志5名が経費およそ2000万円で建設，ほかに5名の経営参加を得た同百貨店は，鉄筋コンクリート3階建て，延べ面積430㎡の規模で，1階は婦人衣料，はきもの，アクセサリーなどの売場，2階は喫茶・軽食堂，そして3階は従業員宿舎にあてられ，また将来には屋上へ子供の遊び場とビヤホールを開設することが計画されていた。

当時の西脇市では，食料品を取扱商品の中心とするスーパーマーケットが相ついで開業し，主婦や織物工場女性従業員の人気を集めていた。これに対し当時「第三の商法」と呼ばれた協同組織による同百貨店は，西脇地方における経済水準の向上を意識し，またスーパーの食料品「安値多売」戦略に対抗すべく「良品主義」を採り，一流品を選んで品揃えを行い，西脇市内に多数居住する若い女性層を対象として新たな商戦を展開しようとしていた。一方これら新しいタイプの店舗が進出したことにより，一般商店の経営難はさらに深刻化しており，その対策として専門店化の動きが積極的になっていた。

2. スーパーマーケットの出現

一方食料品を中心とする日用品の小売に眼を転ずると，そこではスーパーマーケットの

出現という新たな動きがみられた。1959年2月，市内戎町に建設中であった「主婦の店」が完成，近く開店することが報じられた[7]。同店は売場面積330㎡で，食料品を主体に荒物，衣類なども一部取扱い，およそ50品目を販売した。当時スーパーマーケットは全国で100店近くが開業していたが，西脇の属する播磨地方では姫路市と明石市に数軒づつが営業するのみであり，西脇市の「主婦の店」は全国の流れを先取りするものであったということができる。

このような新たな動きに対抗して，地元小売商側でも組合結成によって販売価格を引き下げようとする試みがなされた[8]。1959年2月10日，西脇市内西脇地区の食料品関係小売店24軒（鮮魚，肉を除く）は組合を結成した。これは全組合員が一ヵ月交代で企画，仕入れ，荷受け，分配，記録，会計，発注連絡係などを分担し運営するもので，組合長には東田和市，副組合長には竹本幸太が就任し，事務所は当分の間南本町の公民館に置くことになった。それまで数多く見られた同業種組合がいずれも最低販売価格を協定していたのに対し，この組合は逆に最高販売価格を協定，それ以下であればいかに低い価格で販売しても構わないこととし，共同仕入れで大量かつ低価格に商品を仕入れ，従来比で10～15％価格を引き下げ販売することを標榜していた。

これらの動きに促され，1959年の春には，「県下では芦屋に次ぐ」といわれていた西脇市の物価にも下落する兆しがあらわれはじめた[9]。商工会議所の物価調査では，前月比で3.7％物価は下落していた。品目別では食料品，とりわけ水産関係と加工食料品の値下りが顕著で，畜産食料品4.6％，水産関係13.3％，調味料1.0％，加工食料品20.5％，衣料品0.7％，建築材料1.9％，燃料・灯火3.6％，雑品3.4％といった具合であった。

さらに1959年の秋には，農業協同組合がスーパーの開設に踏み切った[10]。西脇市日野農協（白井俊二組合長）は，県下の他農協に先駆け，購買事業を11月27日からスーパーマーケット方式に切り替えることとした。当時スーパーマーケットは直近の10ヵ月間に全国で6.5倍増して813軒に達し，県下に限っても20倍の42軒へと増加していた。そのため同農協でも，組合員農家に対する食料品，日用品販売をセルフサービス化する必要を覚え，その実行に踏み切ったのである[11]。購買部の店舗には改造および塗装の変更を施し，取扱商品の種類も1.5倍へと増やすこととした。また取扱商品にしめる食料品と日用品の割合はそれぞれ5割ずつとし，運営方針は現金売り，大量仕入れ，廉価販売，掛け売りなし，配達なしで，セルフサービス方式の導入によって要員を減らすことを目指していた。商品の回転率は年20回を目標とし，当面分は従来の購買係員が経営にあたることとした。

かくして西脇市日野農協が県下初の農協によるスーパーマーケット「販売センター」を開店したのは1959年11月27日のことであった[12]。昔ながらの農協購買部から脱皮し，大量仕入れによる廉価・現金売りのセルフサービスという新商法を積極的にとり入れた同スーパーの150㎡に拡張された店舗は，ツートンカラーの塗装を施し，また蛍光灯を採用したことにより，従

[7] 「“主婦の店”近く店開き　西脇にもスーパーマーケット」『神戸新聞』北播版　1959年2月5日

[8] 「共同仕入れで廉売　西脇　食料品店が組合結成」『神戸新聞』北播版　1959年2月12日

[9] 「下り始めた西脇の物価　スーパーマーケットなど刺激　商店街が値下げ競争　結束してサービス　アーケード作り進む」『神戸新聞』北播版　1959年3月19日

[10] 「西脇日野　あすから店開き　県下で初めて　農協スーパーマーケット」『神戸新聞』北播版　1959年11月26日

[11] なお同農協の場合，購買部の顧客としては組合員約1千人の他に，地区内の織物工場従業員が少なからぬ比重を占めていた。

[12] 「県下初の農協スーパーマーケット　初日に軽く20万円　西脇日野農協で店開き」『神戸新聞』北播版　1959年11月29日

来とは見違えるような明るさとなっていた。また品揃えの面でも食料品，日用品，雑貨品を豊富に取り揃え，「農村のデパート」といえるものになっていた。組合員各戸にサービス券を配布し，また従来比で平均5％低い価格で購入できるようになったことが大いに人気を呼び，朝から買い物客が殺到，初日のみで売上高は20万円を越えた[13]。この西脇市日野農協に引き続き，近隣の多可郡黒田庄村農協や明美村農協などでも，1960年3月の実施をめざし，購買部をスーパーマーケット方式に切り替えることが決定していた。

その後昭和40年代に入ると，1966年9月に兵庫県と兵庫県経済連が，冷蔵庫を備えた流通基地を西脇市内の県経済連西脇出張所内に開設し，多可，加東，加西三郡の北播地方へ冷凍魚を低廉に供給しようとする動きがみられた[14]。これは当時農林水産省が農村地域における鮮魚供給対策として1965年より全国各地に設置していた低温流通組織（コールドチェーン）の一つで，1966年はその対象として兵庫県が選ばれたのである。生産者より送られてきた冷凍魚を一旦基地の冷蔵庫に収納し，そこから周辺農協の購買部やスーパーへ出荷，冷凍ケースに陳列して消費者に販売しようという計画であった。兵庫県下では，先にみた昭和30年代前半の西脇地域における農協購買部スーパー化の動きが示すように，北播地方において農協購買部の店舗が比較的充実しており，また消費者の要請も強かったことから，同地方が流通基地の開設場所として選ばれたのである。1966年度は同地方十カ所の農協（西脇市日野，重春および比延庄，多可郡松井庄，杉原谷，八千代ならびに黒田庄，加西郡の在田と富合，加東郡上福田）に冷凍ケースが設置され，冷凍ケース購入費38万円のうち4割は県と国が負担することとなっていた。それまで同地方の小売業者は神戸市や姫路市などの卸売市場から鮮魚を調達していたが，鮮度の低下や種類の少なさが問題となっていた。一方冷凍魚は，一部の農協で取り扱いがみられたものの，冷凍ケースの設備を欠くため，氷が溶け鮮度が低下することから普及の障害となっていた。こうした問題の解決が西脇市に新設される流通基地には期待されていたのである。また同基地の開設で様々な種類の冷凍魚を容易に供給できる見通しとなったことから，地元の各農協や保健所は，消費者に対しコールドチェーンの説明会や冷凍魚の料理の方法などについて講習会を計画していた。

3. 織物業の女性従業員と小売商業

昭和30年代後半西脇地方の小売商業において特筆すべき事柄として，地域の代表的地場産業である織物工場の女性従業員の風紀維持を目的として，商店の営業活動を規制しようとする動きが見られたことがあげられる[15]。1961年1月10日，全繊同盟西脇地協は，この夜開いた市会対策委員会において，「働く者の町づくり運動」として「商店街いっせい開，閉店運動」の提唱を決定した。同地協加盟の組合員3900人と，組合員の家族5000人が構成する消費者団体で同運動を推進することを確認するとともに，市内の関係団体にも呼びかけ，まとまった推進母体を結成するよう働きかけることとした。同地協が提唱を試みた商店街の開店時間は午前9時，閉店時間は午後8時であった。当時西脇市内では，ほとんどの商店が午後10時ま

[13] それまで同農協における一日平均の売上高は4～5万円であった。

[14]「西脇に流通基地　県と経済連が今月中に冷蔵庫建設　北播　農家に安い冷凍魚を」『神戸新聞』摂丹版 1966年9月10日

[15]「商店街の開，閉店　足並みそろえて　働く者の町づくり　全繊西脇が提唱」『神戸新聞』北播　1961年1月12日，「店員の福祉向上へ　西脇は四月から実施？　商店街の一斉開閉店運動」『神戸新聞』北播 1961年1月29日，「強力に　市ぐるみ運動　商店街の一斉開，閉店　4月実施に推進委を　西脇の準備会一致　市民生活の改善も」『神戸新聞』北播　1961年2月9日

で営業していたが，これらの閉店時間を繰り上げさせることによって，織物女子従業員の夜間外出を減らし「女子工員を守る運動」の効果をあげる一方，商店従業員の労働負担を少なくし，優良店員の確保，消費者サービスへの質的向上と，勤労者の文化，生活水準の向上を図り，さらには夜の町を静かにして環境浄化にも大きな役割を果たそうというのが西脇地協の狙いであった。同地協の構想によれば，運動の推進はあくまでも市を中心とする一方で，市内の商店連合会，商工会議所，業者団体，婦人会，青年団，その他労働団体には積極的協力を呼びかけ，3月ごろまでを広報宣伝の準備期間とする予定であった。すでに同地協の福祉対策指定店（12店）がこの趣旨に賛成していたが，さらに市内の二百数十店にも協力を呼びかけていた。この構想について西脇地協の書記長は，「もし非協力店があれば不買運動などの統制力を考える。」と覚悟の程を明らかにしていた。

このように全繊西脇地協から「商店街一斉開閉店運動」の呼びかけを受けた西脇商店連合会（丸山和男会長，加盟店230店）は，商店街ごとにその態度を協議した結果，1961年4月から一斉に閉店時刻の繰り上げを実施することとなった。当時兵庫労働基準局でも，県下商店従業員の労働時間短縮を目標として商店の一斉開閉店制をとりあげることになり，1961年2月8日に神戸で各関係者が集まり，一斉開閉店の準備会を開いていた。西脇の動きはこうした流れに呼応するもので，同市商店連が4月から一斉開閉店制を実施すれば，県下の先がけになるものとみられていた。西脇市内18の商店街は，2月上旬にそれぞれ役員を改選し，新役員のもと規約を改正，3月の商店連総会にはかったうえで「午前九時開店，午後八時閉店」を実施する意向を表明していた。商店連でも同地協の申し入れを受ける前から商店従業員の福祉向上を念頭に営業時間の短縮を考慮していたため，両社の話し合いは比較的円滑に運んだ。一方西脇専門店会（小沢進理事長，加盟店24店）も，同商店連と同調して4月から閉店時刻の繰り上げを実施する考えを表明し，その準備を進めていた。

1961年2月7日，午後1時から西脇市「商店街一斉開，閉店運動」準備委員会が，市当局のほか各労働行政機関，商店，消費者団体代表ら関係者約30名が集まり開催された。その結果，商店の閉店時間をくり上げることは，商店従業員の負担を軽減するのみならず，広く市民生活を改善するうえからも好ましいと意見が一致し，関係団体代表で推進委員会を作り，市民運動として4月1日からの実施をめざし，これを強力に推進することになった。準備委員会では，まず提唱者の全繊同盟西脇地協副会長が，商店従業員の労働負担軽減と余暇善用，消費サービスの質的向上，夜間の環境浄化など「明るい町づくり運動」の趣旨を説明し，市当局や商店連，商議所，婦人会，青年団，各労働団体代表に協力を求めるとともに，推進母体の設置を提案した。

また西脇労働基準監督署ならびに神戸労政事務所西脇分所より，兵庫労基署が県下全域で商店の一斉開，閉店制を導入するとう指導に乗り出したことなど，最近の行政状況について説明があった。それによると全国では，千葉県が先陣を切って1960年10月から全県下で午後9時閉店を実施し，励行率90％の好成績をあげていた。また兵庫県下でも，加古川・高砂・姫路の各市で午後9時閉店実施に向けての準備が進み，さらに多可郡八千代町ではすでに1961年2月から午後9時閉店を開始していた。西脇署警務課長の説明によれば，八千代町の場合，この9時閉店は「女子工員を守る運動」にも効果があらわれ，お好み焼き屋などが深夜営業を自粛した結果，それまでみられた女子工員の「寝間着姿での買物」も完全に姿を消したという。

さらに西脇市商店連合会山会長が，全繊地協の呼びかけに応じようとする市内17商店街の

方針を説明し，近く各商店街ならびに各業種から1～2名づつ新代議員が決まり次第，足並みそろえて実施したいが，完全励行へ消費者団体の強力なバックアップがほしいとの要望を明らかにした。さらに婦人会長や北播地労協代表ら消費者側からも，一斉閉店の賛成と完全励行の必要性が強く訴えられ，これを通じて商店経営の体質改善，さらには市民生活の体質改善，女子店員や工員の働きよい町づくりを進めようとの意見が盛りあがった。

同時に商店街の一斉休日完全実施についても話題となった。これについてある市議からは，商店の休日に「物を買わない運動」を実施し，「一日皆貯金日」とすれば一石二鳥の効果がある，との提案もあった。結局，こうした「一斉開，閉店」ならびに「定休日」の実施には，売る側と買う側双方の理解と協力が先決であることが確認されるとともに，「市内で物を買う運動」も並行して展開しようとの提案がなされた。そのためこの関係代表約30名で「商店街の一斉開，閉店運動」推進委員会を結成し，またその中に商店，消費者，指導官庁の三者代表で小委員会を設け，具体的な推進事項を決定することになった。商店連合会では新役員会で実施規約を決定した上で，実施は4月1日とし，開店は午前8時，閉店は午後9時（劇場，料飲関係を除いて），定休日は月2回とすることが予定されていた。運動を推進するため新聞や市広報などのほかポスター，横断幕，巡回放送を用いた啓発を行い，また開・閉店時にはミュージックチャイムを利用することも構想されていた。

かくして1961年4月1日より，西脇市商店街の一斉休日，開閉店運動は実施されることとなった。商店連合会は夏季（4月—10月）午前8時～午後9時，冬季（11月—3月）午前8時～午後9時の一斉開閉店と，新たな休日（毎月1日ならびに15日）を定めた。実施初日は休日であったが，市内17商店街は各商店軒並みにシャッターや表戸を閉め，どの通りも灯が消えたように静まり返った。スーパーマーケットや廉売市場もほとんどこれに同調していた。運動の対象とならなかった飲食店や自転車店などでも参加する店があった。同日朝に市内を巡回した市商工係員の診断結果によれば，「95％の休業ぶり」であった。婦人会も「買い物は運動参加店でしましょう」「一斉休日には物を買わないようにしましょう」などといった申し合わせを行い，こうした消費者団体の協力が功を奏する形となった。やむなく買物を行った主婦たちは「遠慮顔で，こそこそと帰り」，また数少ない「脱落店」も店を開いたものの「バツの悪い表情」であった。このように商店連合会が発足以来の団結力を示し，「一斉休日，開閉店運動」が成果を上げたことから，脱落店を巡回・督励するため待機していた商店連の役員らも午前中で解散した。なおこの日，専門店会の店員およそ30名はハイキングに出かけ，また商店連では店員らをOAA（青少年野外活動協会）へ加盟させるなどの余暇利用策を前向きに検討していた[16]。

また西脇市に先駆け商店の閉店時刻繰り上げを実施していた多可郡加美町では，1962年秋，同町の防犯協会支部が，「女子従業員を守る運動」の一環として，同町の商工会（細田正一会長）ならびに行商人に対し，「掛け売り」を控えることで同運動へ協力するよう申し入れた[17]。その理由は以下の通りである。当時同町内では，化粧品店などが女性従業員に対し勤務先企業の名前で信用販売を行なう例が多くみられ，同様の事例は西脇市内から加美町へ出張販売や行商を行なっている商店でも多数みられた。このため女性従業員の購買熱が高まり，その結果浪費を促すこととなった。また勤務先企

[16] 「大成功，いっせい休日　西脇商店街　きいた市民の協力　店員さんはハイキング」『神戸新聞』北播版 1961年4月2日

[17] 「女子従業員を守る運動　掛け売りやめて」『神戸新聞』北播版　1962年9月14日

業の名前で信用買いしたまま退職・帰郷してしまい，その結果商店と勤務先の間で紛争に発展する例もみられた。西脇労基署の調査でも，女性従業員が商店への負債を残したまま退職したため，雇い主が退職金や退職月の給与の支払いを拒み，同所が調停するに至った事例が相当数あったという。このため防犯協会と西脇署は，女性従業員の無駄使いを止めさせ，正しい消費と貯金を奨励するため，今後は他地区の商店街に対しても協力を依頼する考えであった。

このような要請を受け加美町商工会は，町内在住の女性従業員約 900 名には掛け売りを控え現金で販売することと，金額のかさむものを販売する際は雇い主にも相談することを申し合わせ，この旨を記した文書を会員店 150 軒と婦人相談員らに配り周知徹底することとした[18]。

さて先にみたように，織物業女性従業員の風紀向上と商店従業員の労働条件改善を主たる目的として 1961 年より西脇市では商店の閉店時間が繰り上げられた。しかしこのような措置の結果，それから 7 年を経た 1968 年の春には，「暗く寂しい西脇の夜」を嘆き，商店街の営業時刻を午後 10 時まで延長することを要望する以下のような投書が新聞紙上に掲載された[19]。

> 西脇の商店街は夜八時になるといっせいに店をしめ，アーケードの灯も消えて町はすっかり寂しくなります。私たち主婦にとって，夕食の跡かたづけをすませるのが大体八時半，一日の労働から解放されやっとくつろぎ，これからちょっと買い物に…と思ってもどこも店を開いていません。買い物は昼間にすましてしまえーといえばそれまでですが，一家そろって夕食後に買い物に出かけたいと願うのは私ばかりではないと思います。せめて十時ごろまで営業してくれたら，夜の買い物も楽しめますし，さびれてゆく感じの商店街も，活気を取り戻すのではないでしょうか。関係者に聞いて下さい。（西脇市・一主婦）

織物工場の女子従業員や商店の従業員のみならず，消費者にとっても効用があるとの触れ込みで，消費者団体の積極的な協力に支えられて開始された西脇地域の商店街閉店時刻繰り上げ運動ではあったが，その後商店街をめぐる状勢が変化した結果，商店街は活気を失い，また消費者からはこのような不満の声も聴かれるようになったのである。

4. 物価問題と卸売市場

すでに述べたように，戦後の西脇地域における商業を特徴づけるキーワードは「物価の高さ」であったが，その一因としては卸売流通の整備が進んでいなかったことがあげられる。1962 年夏，西脇市は「魚菜卸し売り市場」の建設を検討することになった[20]。これは当時市内にあった「青空市場」に対する市民の苦情によって突然浮上したものであった。当時の西脇市は，周辺に農村地帯を擁しながら，市内の卸売業者は姫路や，加古川，明石，神戸などから青果物を仕入れており，また織物産業の中心地として大きな消費需要を抱えながら，流通機構の整備が遅れていたため，神戸市や阪神間並みに物価は高く，市民や転入者の不評をかっていた。そこで市は，市会の産業経済委員会においてこの問題につき協議を続けるかたわら，関係業者代表からも事情を聴き検討を行った末，8 月 20 日に開催された産業経済委員会で，規模と場所についてはさらに研究が必要であるとし

[18] 「掛け売りやめる　＝多可郡加美町商工会が申し合わせ＝　女子従業員の浪費防止」『神戸新聞』北播版 1962 年 9 月 23 日）

[19] 「暗く寂しい西脇の夜”　主婦から“夜の買い物”に臨む声　10 時まで営業して　転機に立つ商店街経営」『神戸新聞』北播版　1968 年 4 月 7 日

[20] 「魚菜市場建設に踏み切る　西脇市　38 年度に実現の予定　青空市場の苦情にケリ　具体策なお研究し」『神戸新聞』北播版　1962 年 8 月 22 日

ながらも，卸売市場を建設するという基本方針を確定した。そして同委員会のメンバーは，市場建設の参考とするため28日に加古川市の卸売市場を視察することとなった。またこの建設案に関し，市は当初，昭和37年度事業で着手する構えで中央と交渉を進めたが，起債に関する件で難航したため，昭和38年度事業として実現することとした。さらにこの建設案に対し業者側からは，卸売市場は輸送に便利な駅の近くに開設し，また用地は4950㎡（約1500坪）を確保してほしいという申し入れがあった。これに対し市側は，規模，場所の問題とともに，市場の建設と運営をすべて市が行うか，あるいは業者に運営を委託し建設費を一部負担させるかを，今後の問題として協議していくと述べた。

その後卸西脇市の卸売市場建設構想は，昭和38度における市の新規事業として建設費が予算化されることになった[21]。すでに建設費調達の起債は認可の内諾を得ており，市内の和田町と野村町の二か所を建設候補用地として交渉が進められていた。機構や構造をいかなるものにするかなどの具体的な計画についてはさらに研究を進めることとされたが，建設費は約4000万円，敷地面積6600㎡（2000坪）に卸売場（せり市）ならびに卸売人店舗，総合売場，付属店舗，倉庫，冷蔵庫など延べ2300㎡（約700坪）に達する施設を設け，近代的な市場とする計画であった。取扱部門はこの時点では未だ確定していなかったが，水産物と乾物，野菜が候補としてあげられ，年間約5億円の取引が予定されていた。また取引の地理的範囲は，西脇市ならびに加東郡・加西郡・多可郡・氷上郡の一市四郡を中心とする予定であった。当時この地域における消費人口はおよそ10万人とみられていたが，にもかかわらず食料関係の物資は市内の中央町に開かれていた「青空市場」が唯一荷受機関の役割を果たしているにすぎなかった。しかもこの「青空市場」は，騒音や道路の不正使用などさまざま面から市民の間に苦情が多く，さらに明確な荷受機関を欠き，生産者が出荷しても値を叩かれるため，近郊農村を擁しながら野菜類を集荷できず，一旦姫路市や神戸市の卸売市場へ出荷されたものを再移入している状況で，これが物価高の原因の一つとなっていた。このように西脇市における生鮮食品の流通はさまざまな問題を抱えていたため，この市立卸売市場は，同地方において円滑な物資交流をはかる機関として大きな期待がかけられていた。

1964年6月6日，西脇市立卸売市場の起工式が，野村町の建設現場で挙行された[22]。総工費は3500万円とし，おそくとも9月下旬の完工・開場を予定していた。市場の敷地は国鉄加古川線野村駅西方約300mの，県道加美―八千代―西脇線に面した一角で，広さは約1万1千㎡，農地を転用したもので，すでに整地を終えていた。施設の内訳は店舗3棟（30店分），せり場1棟，倉庫1棟，車庫（20台収容）1棟などで，いずれも鉄骨平屋建て，延べ面積3,567㎡，構内には混雑を防ぐためロータリーとグリーンベルトが設けられ，取扱品目は野菜，乾物，鮮魚，青果，日用雑貨などとし，完成後の年間取引高は約10億円と想定されていた。これにより「姫路・加古川・神戸の各市に比べ食品が1～2割も高い」という消費者の不満が解消され，また近郊農家による野菜類の栽培も，新しい市場を介した流通により生産が増加に転じるものと期待されていた。さらに市は，市場の建設と並行して各地の農協などに働きかけ，出荷体制を整える姿勢を示した。卸売市場に入居する業者は選考審議会で審査して決めること

[21]「「市立総合卸し売り市場」を建設　西脇　38年度に予算化　年間5億円を取り引き」『神戸新聞』北播版　1963年2月13日

[22]「西脇市営　卸し売り市場を建設　九月下旬には店開き　食料品の価格安定へ　きょう起工式」『神戸新聞』北播版　1964年6月6日

となっていたが，そこでは一般業者とともに播州織業界の給食センターや学校給食組合の入居を認め，給食材料の仕入れに便宜を図るという案も浮上した。入居業者の選考につきその後の報道によれば[23]，業種別，規模別，割当店舗の大小などがからんで予想外に難航し，選考審議会でも意見がまとまらず，市側で入居者の原案をまとめ業者組合と話し合いを続けることにより解決を図るほかない状況に追い込まれていた。

かくして西脇市立卸売市場は1965年3月26日に完工，開場式を迎えた[24]。3月13までに入居申込みの手続きを終えた入居業者はせり場6名，卸売22名，加工6名の計34名で，保証金は1店舗につき25万円，使用料は1ヵ月1万円となっていた。そして午前5時すぎに入場し待ちうけていた34名の業者によって景気よく初市が立ち，活況を見せ幸先良いスタートを切った[25]。どの店舗も「ご祝儀相場」で賑わい，入荷した40トンの食料品などはほとんど売りつくされた。鮮魚類では鯛がkg当たり700円，ブリが280円，マグロ500円と普段より安く取り引きされた。しかし品不足で出回りの悪い野菜類は，以前と変わらぬ高値であった。

市立卸売市場の開業からほぼ3年を経た1968年の1月末，西脇市商工課は西脇市民会館に消費者，小売業者，卸売業者などを招き，商品の流通と物価問題に関する懇談会を開いた[26]。同市がこのような会合を開くのはこのときが初めてであった。その狙いは西脇市における物価高の原因を探ることと，実際に物価が高いのか否かを数値によって把握することにあった。出席者は15名の消費生活モニターと婦人会関係者，そして鮮魚，乾物，菓子，青果，野菜，肉などの卸・小売業者，スーパーマーケット，商店連合会代表，野菜栽培者（市ならびに農協の農改普及員と営農指導員ら）に加え高瀬信二西脇市長，後藤忠太郎西脇商工会議所会頭らであった。

この会合ではまず消費者モニターが調査した西脇市内の商店における計量，価格，表示などの調査結果や，市立卸売市場の商品の流通などのデータが示された。そして①商品流通（仕入れ）状況，②卸・小売業者の共同仕入れ組織，③品質，計量の適正販売など十項目以上について話し合いが行われた。席上スーパーの代表からは，市立卸売市場は品種，品質，量などいずれの点においても神戸市の卸売市場とは比較にならず，従って同市場からの仕入がわずか5％に過ぎないことが報告された。また青果小売業者からは，市内商店の小売価格が高い理由として，①掛け売りが全体の半数を占めることと，②市立卸売市場に出入りする小売業者の共同仕入を市当局が認めていないことが指摘された。この②について疑問を抱いた消費者代表に対し，青果小売業者は「市が卸し売り市場の卸し売り業者保護のため，われわれが共同仕入れすることを認めていない。小売り業者の共同仕入れさえ認められれば，小売り商品をもっと安く消費者に提供できる」と説明を加えた。これに対し同席した西脇市の前田商工課長は，「地元の業者が共存していくために，地元業者同士の取り引きを希望している」と説明し，また高瀬市長は「いろいろな利害関係のある業者がはいっているため生じた問題である。市は共同仕入れによって商品が安くなるのならそれを押えるつもりはない。業者間で解決すべき問題で行政機関は介入してはいない」と答えた。一方野菜の卸売業者は，「日ごとに価格の変動が大きい商品だから，西脇だけが高いことは決してな

[23]「入居業者の選考急ぐ 「西脇市卸売市場」 一月開場めざす」『神戸新聞』北播版　1964年11月21日

[24]「西脇市立卸売市場　26日に完工，開場式　業者の入居も決まる　農協とも連絡　出荷の協力呼びかけ」『神戸新聞』北播版　昭和40年3月10日

[25]「西脇市立卸売市場　景気よく初市ひらく “祝儀相場”で安値　品薄の野菜類は変わらず」『神戸新聞』広域版　1965年3月27日

[26]「物価高の原因考えよう　西脇　計量の適正販売を消費者と業者が出席　数字などを示し懇談」『神戸新聞』北播版　1968年1月27日

い」と釈明，農改普及員は「営農指導で地元の生産で間に合わすよう努力したい」と答えた。このように西脇市初の物価問題懇談会は，話し合いの大半で業者間あるいは市当局者などとの意見の応酬が目立ち，消費者代表の婦人たちは終始控え目であった。

明くる1969年の初頭，再び西脇の物価問題をめぐる懇談会が開催された[27]。日時は2月19日，会場は西脇市民会館で，主婦，卸・小売業者，スーパー関係者，商店関係者，生産者（農協代表）など30名が出席した。この座談会によって明らかにされた西脇における物価高の原因は，第一に卸売業者と小売業者の間における掛売り・掛買いで，極端な場合決済まで半年を要するため，運転資金の利子がかさみ，これが物価にはね返るというものであった。こうした関係はまた小売店と消費者の間にも見られた。そこで物価引き下げをめざす市は，現金仕入れを業者に呼びかけるとともに，運転資金の融資斡旋にも努力することとした。物価高の原因の第二は，近郊農家に兼業が多く，野菜類の栽培を敬遠していたことであった。兼業として織物の準備工程を引き受け，あるいは勤めに出る者が多く，そのため生産者団体の育成は困難であった。卸売業者には将来共同荷受機関を作り共同仕入れを行なう計画があったが，地元の産地が育たねばコストダウンのメリットはなく，農協の指導と農家自体の自覚が望まれていた。原因の第三は，消費者自身の知識不足にあった。量目不足や不当表示などには神経をとがらせる一方でが，購入方法そのものには気を配らず，そのため消費者モニターの調査でも「一山いくら」の「姿買い」という購入方法を選ぶ消費者が全体の64％を占めていた。この購入方法では，山積みにされた野菜や果実の底に品質の劣る商品を混ぜられ，あるいは量目を偽られても気がつかず，そのため「悪質商法」を横行させる恐れがあると市や業者は警告した。そこで消費者らは，今後は「はかり売り」方式などを利用し，上手な買い物をすることを申し合わせた。

これらの座談会が明らかにしたように，市立卸売市場の開設から4年近くを経たにもかかわらず，西脇地方における物価高問題には解決の兆しが見られなかった。そこで改めて市は，物価引き下げに向けた流通の改善に乗り出した。その手始めは，地元産の苺とトマトを市立卸売市場へ一元集出荷することであった[28]。1969年3月，市は蔬菜類の「出荷打ち合わせ会」を開催した。これには生産者，卸売市場，農協ならびに市の関係者ら20名が出席し，「産地逆送方式」による物価高の解消をめざして地元青果類の増産，出荷体制を逐一検討した。その結果，とりあえず1969年は，西脇市農協がトマトと苺を一元集荷することとし，その結果が良好であれば筍，白菜と順次栽培面積を拡大の上，地元への出荷を増やすこととした。西脇市は播州織の特産地であることが影響して専業農家は僅か5％にとどまり，そのため農民は米作り以外の農業生産活動へ労力を投じる余裕に乏しく，野菜畑は減少の一途を辿っていた。またわずかに生産されていた青果物も市場価格の安定しない地元を敬遠し，そのほとんどが農協を通じ姫路方面や阪神間へ出荷されていた。そのため市内で作られた野菜類であっても卸売業者が遠くまで仕入れに出向かねばならず，運賃と卸業者のマージンが二重，三重にかさむことで，市民は結局阪神間の2割近く高い野菜や果物を買うことを余儀なくされていた。苺を例にとると，1968年には高嶋地区を中心として16㌧が生産されていたが，その半分は阪神間へ出荷され，市民は逆に県内外から18.5㌧を移入せざ

[27] 「“西脇物価”引き下げ懇談会　業者は現金仕入れを「半年決済」をやめよう」『神戸新聞』北播版　1969年1月31日

[28] 「高い“西脇物価”引き下げへ　市内産を地元へ卸す市が流通改善　まずイチゴとトマト」『神戸新聞』北播版　1969年3月8日

るを得ない状態で，なかには地元の苺が阪神間から逆流するケースもみられ，「せっかく産地を持ちながら」と「素通りイチゴ」に批判が集中していた。そこで打ち合わせ会では，卸売市場側が責任を持って地元からの出荷をすべて引き受け，また他産地より安く仕入れて相場を下げることはしない，と確約した。その上で生産者（農家）に対しては，出荷規格を厳しくし，また小売業者に直接売ることはしないでほしいと要請した。これらは1967年に他産地物を仕入れたことにより相場が崩れ，地元の苺が買いたたかれ，阪神間出荷の直接原因をつくったことと，小売店と農家の直接取引がしばしば見られ，これが仕入価格を崩し，結果的には買いたたきの原因となったことを背景とするものであった。農協では1969年度から五ヵ年計画で，14㌶，80㌧の青果類（苺，ピーマン，ホウレン草，白菜，青ネギなど）を栽培することをめざしていた。

こうした青果物流通をめぐる取組がその後いかに展開したかを見ると[29]，まず1970年4月6日，西脇市役所で青果物出荷打ち合わせ会が開催され，そこではトマトやピーマンなどの栽培面積を2倍近くに拡大し，年間174㌧を生産することが決定された。1970年度における地場野菜の生産目標（生産量，作付面積）は，苺20㌧（2.5㌶），ピーマン60㌧（1㌶），トマト40㌧（0.5㌶），白菜50㌧（0.8㌶），モモ4㌧（2㌶）の計174㌧とされた。この計画が順調に進めば，ピーマンは市内全消費量の9割，イチゴは7割，トマトは3割を地場産で賄える計算であった。この試みは前年度より開始されていたが，十分な成果を収めるには至らなかった。そこで1970年度はその教訓を生かし，生産農家は①作物の規格選別を強化する，②包装をきれいにする，③せり時間に合わせて出荷する，④小売商への直売りはやめ，農協への一元出荷を守る，という方針を確立した。一方卸売市場側は，①シーズン中は日曜・休日を返上して地元産の青果物を受け入れる，②全商品をセリにかける，などを約束した。また同年夏には「消費者感謝デー」が開催された[30]。これは西脇市が同市農協ならびに食料品小売商協組の協力を仰ぎ新たに設けたもので，第一回は8月1日，全市でピーマンとトマトの一斉安売りを行なった。ピーマンは150㌘入り2100袋315㌔，トマトは645㌔が用意され，半値近い価格で売り出された。いずれも地元産で，農協が一元集荷し，通常の流通ルートでは必要となる原価の4～5割に相当するマージンは省かれ，前日の卸値に1割の実費（運送包装費）のみを加えた価格で売り出された。参加する市内商店は約150軒で，いずれも店頭に「感謝デー商品」を明示することとされた。市は以後月に1～2回，ジャガイモ，卵，バナナなどの食料品にも感謝デーを拡大し，実施することを計画していた。

一方翌1971年には，兵庫県が地方卸売市場改善対策の重点事業として前年の秋に行なった西脇市立卸売市場の運営に関する調査結果を公表し，その問題点を厳しく指摘した[31]。この診断結果によれば，「播州三市十町二十万の市場人口」を持つ同市場が地域へ供給している商品は全需要の平均4割にすぎず，またその仕入れの3割は姫路，1割5分を神戸の各中央卸売市場に依存していた上に，明石，加古川，西宮，三木などの地方卸売市場にも依存していた。そのため産地から直接仕入れる商品は，地場野菜やミカン，塩干などごく一部にとどまった。診

[29]「地場生産―地場消費の拡大へ　二年目迎えた西脇市流通改善政策　野菜栽培を二倍に　地域ぐるみで高物価追放」『神戸新聞』北播磨のページ　1970年4月8日

[30]「1日に初の「消費者感謝デー」　西脇市　地元産の野菜安売り　物価高地域の汚名返上」『神戸新聞』北播のページ　1970年8月30日

[31]「原因は産地との断絶―西脇市立卸売市場の高価格―県が調査　業者統合で基盤拡大を」『神戸新聞』東播・北播のページ　1971年3月6日

断はこのような対象地域の消費者に対する供給機能の不全が物価高を招いていると指摘し，その原因としては①卸売業者をはじめ地域全体の公設卸売市場に対する公共性の理解不足，②市の指導力不足，③零細業者の乱立が計画的仕入れを困難にしている，④卸売商品の取扱規制ができておらず，そのため希少商品を狙う「目玉商法」が卸売物価を不安定にし，公正な価格形成を妨げている，⑤仕入を遠隔地の中央卸売市場に依存するあまり，市場独自の値段決定をが困難となり，また仲買のマージンや運賃，仕入れコストが上のせされている，の五つをあげていた。しかし一方において県は，西脇市立卸売市場を明石，加古川，洲本，豊岡とともに県下の五大拠点地方卸売市場として，高くその将来性を評価していた。そのため同市場に対し県の診断は，①家業的色彩を排し，青果，水産部門の業者統合を推進，単数または少数制で経営基盤を拡大し，産地直結取引の拡大をはかる，②卸と小売の全業者にわたり長期掛売の慣習を廃する，③業者の出資による代払い制度を設定し，金利込みの商品価格を追放する，④将来の発展を見越し，南側用地を先行投資で確保する，⑤市が同市場の基本理念の確立を図る，などの改善案を示した。

その後1980年初頭には，西脇市立（地方）卸売市場における「無許可業者」をめぐる問題が報じられ，そこには開設より15年を経た同市場の当時における状況と問題点が記されていた[32]。これは同市場の整備改善を進めていた西脇市が，当時無許可で営業していた青果卸売業者に対する入場禁止の仮処分申請を神戸地裁社支部に提出したものである。同市場では1972年それまでの青果業者七社が三社に，また水産業者は五社から三社に統合され，それぞれが県知事の卸売業者許可と市長の入場許可を得ていた。しかしその後，1976年から77年にかけ青果三社のうち二社が五社に分裂し，市側の再三の行政指導にもかかわらず分裂した状態を維持，施設使用料などは形式的に一本化していたものの，実際には無許可でおのおの独自の営業活動を行っていた。そのため県は1979年11月，実態調査を踏まえ高瀬信二西脇市長に改善を勧告し，市側が五社に対して法的手段に訴えたのである。すでに市は1979年2月，市立地方卸売市場運営審議会の答申を受け，同市場の運営方式を市立から第三セクター方式（市が一部出資する株式会社）に転換し，業者の積極的な経営参加で自立を促す基本方針を打ち出して関係者との話し合いを進めていた。この改革を断行するためには場内秩序の回復が前提とみて市は，無許可業者問題に着手したのである。さらに市は，水産業者や付属店舗で取扱商品以外のものを扱っている者に対しても行政指導を強化することとした。

この卸売市場における運営体制の見直しは，同年末実行に移された[33]。西脇市立地方卸売市場を組織替えした第三セクター方式の「株式会社西脇地方卸売市場」設立総会は1980年12月3日，西脇市農協会館で開催された。定款の承認と取締役ならびに監査役の選任を経て第一回の取締役会が開催され，商法第184条に基づき所定の調査と報告がなされたのち，役員報酬などを定め閉会した。新会社は市場の開設業務と指導，そして卸売業者ならびに関連業者への施設の賃貸と管理を目的とし，資本金は5千万円（1株1万円で5千株），うち西脇市が52％の2600株，卸売業者が40％の2000株，付属営業人と市農協がそれぞれの4％ずつの200株を引き受け，既に10月末払い込みは完了していた。1981年度からは業者より従来の面積割賃

[32]「西脇地方卸売市場　“無許可業者”の入場禁止へ　市が仮処分申請提出　分裂の青果２社５個人　営業正常化を促す」『神戸新聞』北播のページ　1980年1月19日

[33]「生鮮食品の安定供給へ　新しい卸売市場発足　西脇旧市場を組織替え　「セリ」で機能アップも」『神戸新聞』北播　1980年12月4日

貸料（年間 1600 万円）に加え売上高割使用料として売上高の千分の三を徴収する一方，資本報酬は当分無配とし，新施設を整備するための資金蓄積を図ることとした。また固定資産税は土地評価額の千分の六を新会社が市へ納めることになっていた。

新たな運営体制に移行して 2 年後の 1982 年秋，西脇市地方卸売市場は全面改装されることとなった[34]。西脇市は 11 月 1 日に開かれた臨時市議会で，建物の全面改築を含む西脇市地方卸売市場の整備基本計画案を提案した。それによると，老朽化した建物を取り壊し，敷地（1 万 827 ㎡）の東部へ鉄骨造一部二階建ての卸売場（延べ面積 1470 ㎡）を建設，また北部には 16 店舗が並ぶ関連商品売場，西部にはトラックなど約 250 台収容の駐車場（一部二階建）を造る計画で，1983 年夏の完成を目標としていた。総工費は 4 億 2 千万円で，うち国と県，市からの補助が 1 億 7500 万円と半分近くを占めていた。同市場では，流通体制の不備などから卸売市場本来の機能であるセリ売りが長年行われず，1982 年 7 月に至りようやく近郊農業の野菜を対象としてセリが開始された状態で，抜本的な改革に迫られていた。そこでこの計画案には，施設の改築に合わせ新たに荷受会社を設立し，流通経路の確保や産地開拓を進める一方，買参人や仲買人を育成し，円滑にセリ売りが出来る体制づくりが盛り込まれていた。

このように西脇市の場合，昭和 30 年代末から物価対策の一環として，青果物を中心とする生鮮食料品の卸売流通の改善が叫ばれ，それを受けて西脇市当局も市設卸売市場の開設に踏み切ったが，この卸売市場にも問題点が多く，その後も相次いで市場の改革が試みられた。しかし根本的な問題点は解消に至らないまま，20 年近い年月が徒らに費やされたのであった。

[34]「卸売市場を全面改装　西脇市，市会へ整備計画提案　せり売り機能を充実　4 億 2 千万円で　来夏完成へ」『神戸新聞』北播　1982 年 11 月 2 日

5. 大型店問題

一方小売業の分野に目を転じると，昭和 40 年代後半以降の西脇地域においては，中央資本の大手スーパーと提携した地元スーパーの動向が，小売業界にさまざまな波乱をもたらすこととなった。1971 年 10 月 5 日，西脇市の代表的スーパーであった風車卸し衣料（以下風車と表記，本社同市北本町，当時の年商 15 億円）がダイエーとフランチャイズ契約を締結し，商品供給と経営指導を受けることを発表した[35]。この提携で県下有数の物価高といわれてきた同地域へダイエーの商品が大量に流入することにより，流通構造の変革が大きく促進されるものとみられていた。風車は資本金 2800 万円で，片浦周蔵社長以下従業員 100 名を擁し，西脇市内と多可郡中町に計四か所の支店を展開していた。県下では第一号，全国では九番目といわれるこのダイエーとの契約で，同社は西脇市と多可郡中町におけるダイエー商品の一手販売権を獲得したのである。新たな社名は「ダイエー風車」とし，10 月 29 日発足，1972 年春までは全商品の 65 %，それ以後は 100 % ダイエーからの仕入れに切り替え，またこれにともない風車は，食料品については 2 %，また食料品以外の商品仕入れでは 2.5 % の手数料をダイエーに対し支払うこととなった。同社はダイエーの大量仕入れ・大量販売の特質を活かし，低価格商品販売のルートを確保して，年商を 20 億円へと拡大することを目指していた。取扱商品も三百種から四百種に多様化させ，新開店とともにダイエーの目玉商品「ブブ」（プライベートブランドの 13 インチカラー TV，販価 5 万 9800 円）などの取扱いをはじめ，さらに生鮮食料品の売場面積を二倍に拡張することを計画していた。10 月 19 日より 10 日間，内部改装のため休業

[35]「スーパーダイエー　風車（西脇）へ商品供給契約　食料品売り場二倍に　地元スーパーにショック」『神戸新聞』東播のページ　1971 年 10 月 8 日

し，また国鉄（加古川線）西脇駅の裏には荷受け・配送専門の流通センターを建設することとした。

当時西脇市内では，風車のほかにマルエー（本社西脇駅前，中原敏雄社長），主婦の店（本社戎町，廣田博社長），農協スーパー（四店舗）の三社がスーパーを営業していたが，ダイエーのフランチャイズ進出はこれらのうち中心部で店舗を展開するマルエーと主婦の店に大きなショックを与えた。風車の提携を「限定された商品供給程度」とみていたこれらスーパーの関係者は，ダイエー対策に懸命となった。一方この提携により他産地の野菜が大量に流入するようになると，それまで農協と市が手掛けてきた地元野菜産地の育成ならびに地元市場への出荷も大きな影響を受けるものとみられていた。

その後風車あらためダイエーふうしゃ店が示した動きとしては，市郊外でのショッピングセンター運営をめぐる一連の騒動があげられる。1975 年末，同社は市の郊外で休業状態に陥っていたボウリング場を買収し，これをショッピングセンターとする計画を発表した[36]。西脇市上野の国道 175 号線沿いで営業していたボウリング場「西脇プラザ」は，1 年前から閉鎖されその跡地利用が注目されていたが，これをダイエーふうしゃ店が買収し，郊外ショッピングセンターを建設することとなったのである。同ボウリング場は，市内の大手織布メーカー・オザワ織布（小沢通秀社長）が 1971 年 10 月に開業したものであったが，その後ボウリングブームが去ると 1974 年 9 月に閉鎖され，全くの遊休施設となっていた。国道沿いに立地し，大規模な駐車場を備えているため，それまで市外からの大型商業資本進出が取りざたされていた。

ダイエーふうしゃ店は 1974 年の末から買収交渉を開始した結果，総額 4 億 1 千万円で契約に至り，12 月 22 日土地建物の引き渡しが行われることとなった。建物は鉄筋コンクリート平屋建て 2970 ㎡，敷地は 200 台収容の駐車場を含め 1 万 230 ㎡であった。同社ではボウリング場の建物に 1 億 3 千万円を投じて改装し，食料と衣料品を中心とする郊外型のショッピングセンターにする構想で，1976 年初めまでに具体的な建設計画書を作成する予定であった。この買収につきダイエーふうしゃ店の片浦社長は「現在の西脇では，広い商業圏から購買力を集中させることが必要だという観点から，郊外店舗を計画した。」と買収の理由を明らかにするとともに「地元業者のテナントも大いに受け入れ，地域的にもメリットのあるものにしたい。」と地域貢献重視の姿勢を強調した。

当時は大規模小売店舗法（大店法）にもとづき，政令指定都市以外で 1500 ㎡以上の大型店舗を新設する場合は，地元の商業活動調整協議会の意見をもとに通商産業大臣が認可することになっており，小売店，消費者，学識経験者などで構成された協議会は，同社から提出された計画書に基づき，一般小売店に対する影響や地域的な商業活動の見通しなどをからめ，規模や内容を検討した。店舗の内容は，一階が「食料品と暮らしのフロア」で，生鮮食品，一般食品と日用雑貨をダイエーふうしゃ店が直販し，またテナントとして飲食店，喫茶店，ベークショップ，アクセサリー店，クリーニング店など 10 店舗の出店が予定されていた。二階は「ファッションと趣味のフロア」とされ，紳士・婦人・子どもの衣料品とインテリア用品を直販するほか，テナントとして呉服，スポーツ用品店，カー用品店，化粧品店など 6 店が出店する予定であった。とくに衣装品については，ダイエーブランドを中心に「都会的なセンスの物」を大量に扱う方針で，売場は直営部分 3000 ㎡，テナント部分 1000 ㎡とし，1 階と 2 階の間には乗降二基のエスカレーターを設置することとなっていた。土地代を含めた総事業費

[36]「郊外ショッピングセンター　西脇に建設計画　ダイエーふうしゃ　ボウリング場跡で」『神戸新聞』北播のページ　1975 年 12 月 13 日

は12億1500万円に上るものであった。この店舗開設にあたっては，地元でもっとも影響力があるとみられていた市商店連合会（高瀬純造会長）と1976年2月18日以来六度の話し合いを持って意見を交換した結果，売場面積を当初計画の5000㎡から20％削減して4000㎡とすることで大筋の合意に達した[37]。

上野店の開店で，ダイエーふうしゃ店グループは本館と支店あわせて四カ所の店舗を擁することとなった。特に北本町の本館は売場が1650㎡と手狭で，また駐車場を欠いていたため，上野店の開店後は食料品と日用雑貨を主体とする店舗に縮小し，本部機能を拡充する予定であった。同社は上野店の開店で西脇市を中心とした第一次商圏，多可郡中町，黒田庄町などの第二次商圏，氷上郡山南町，加西市などの第三次商圏におけるシェアをそれぞれ拡大するとともに，西脇市内にこれまで以上の顧客を動員出来ると見ており，売上目標は本館（当時年商25億円）と合わせて36億円に設定されていた。

かくしてダイエーふうしゃ店初の郊外型店舗であった上野店は，売場面積を当初計画の2割減とすることで開店に至ったのであるが，それから三年後の1979年には売場の拡張を発表し，「公約違反」として地元小売業者からの激しい反発を招くことになった[38]。西脇商工会議所へ地元関係業界との調整開始を申請した上野店の店舗面積拡大計画が激しい反発を招いたのは，上野店の開設時に店舗面積の「五年間凍結」が合意事項になっていたためであった。西脇市では初の郊外型大型店舗である「上野店」が開店したのち，同社の商圏である氷上郡柏原町や加東郡社町に大型店が開店し，さらに加西市など周辺へも大型店の進出が確実視されていた。これを放置した場合，西脇市への顧客流入が阻止されることが懸念されたため，同社では店舗の拡充を申請するに至ったのである。この計画は，現店舗の東側に隣接した駐車場へ鉄筋二階建て3399㎡の建物一棟を建て，現店舗と結合し，高級衣料，電気器具，書籍，インテリアを扱うとともに，時計，メガネ，ギフト関係や飲食店などのテナントを出店させるというもので，1980年3月の完成を目標とし，事業費は8億円が予定されていた。

この計画に対し，西脇市内の小売店で組織する西脇市商業近代化協議会（吉田政男会長）は1981年7月10日，西脇市本町通りの松月楼跡で「ダイエーふうしゃ増床阻止」の決起大会を開催し，市内をデモ行進したあと，ダイエーふうしゃ店本社を訪れ，増床計画の全面撤回を要求した[39]。しかし「地元商店街の了解なしには増床はしない」とするダイエーふうしゃ側の見解に対する解釈が食い違い，交渉が平行線をたどったため，あらためて適当な第三者をまじえて話し合う念書などを交わし，物別れに終わった。決起大会には，地元商店街を始め近隣市町や阪神間などの商店連合会代表ら約450名が参加，吉田会長が「商業秩序を乱すダイエーふうしゃの増床計画を断固阻止しよう」と決意を表明したのち，兵庫県商店連合会の池田精一会長が「県下には大型スーパーの進出計画が十七，八ヵ所もあり，各地で地元商店街との対決が求められている。連合会では近く大型小売店出店の凍結を求める陳情を県に提出するなど，統一的な反対運動を進めていく」と連帯の挨拶をした。そのあと「市場独占をめざすダイエーふうしゃの増床反対」などを内容とした決議文を採択，宣伝カーを先頭に赤ハチマキを絞め，プラカードを掲げて市内の中心街をデモ行進し，同増床問題を審理している「西脇市商業活動調整

[37] 「西脇に大型の“郊外店舗”　計画縮小で地元と合意　ふうしゃ上野店　年内のオープンめざす」『神戸新聞』東播・北播のページ　1976年7月29日

[38] 「西脇のスーパー　店舗面積を増加申請　大型店の進出防止合意事項で論議呼ぶ？」（『神戸新聞』北播のページ　1979年4月20日

[39] 「「ダイエーふうしゃ増床反対」　決起集会開きデモ行進　会社側に全面撤回迫る　西脇市商業近代化協」『神戸新聞』北播　1979年7月11日

協議会」（商調協）の事務局がある商工会議所や市議会などに増床反対を訴える文書を提出した。さらにデモ隊は増床を予定していた上野店の駐車場に陣取り，シュプレヒコールで気勢をあげたのち，正午過ぎから代表21名が同店社長室で片浦周蔵社長らダイエーふうしゃ側三名と増床計画撤回を求める交渉を行った。

増床計画について片浦社長は，1977年に上野店を開設した際，地元商店街と結んだ店舗面積の五年間凍結協定が解除になる1980年3月の開店を目指し，店舗の拡張が必要と判断したうえで増床計画を商調協に申請したものであり，撤回する意思はない，と説明した。これに対し近代化協側は，店舗拡張説明会で同社長が「地元商店街の了解なしに店舗の増床はしない」と口頭で表明したことをあげ，同内容の念書を交わすことを求めた。しかし，同社長は「商業者委員も含まれている商調協の結論こそが市のコンセンサスであり，その決定には従う。念書を交わす必要はない」と近代化協議会の要求を退けたため，商調協と地元商店街とは異なる，と主張する近代化協側と話は平行線をたどった。このため，双方が適当な第三者と認める在田一雄西脇商工会議所会頭を交えて相談したうえ，ダイエーふうしゃ側が念書にサインするかどうかを決める，とした妥協案で合意し，さらに増床計画の全面撤回の申し入れに対するダイエーふうしゃ側の正式見解を文書で回答する約束を取り交わして交渉は終わった。

おわりに

以上みてきたように，戦後の西脇市における商業の展開を特徴づけるものは第一に，「兵庫県下では芦屋，宝塚に次ぐ」とまでいわれた物価の高さにあった。その原因としては，取引代金が長期の信用払いによって決済されている，あるいは消費者の買い物の仕方がおおまかに過ぎる，といった郡部（農村地帯）ではしばしば指摘されるものもあったが，織物工業が発達しておりそちらで現金収入が得られるため，地場の青果物生産が乏しく，そのことが卸売市場の機能低下につながり，結果として域外産の農産物に対する依存度が高まるのみならず，地元産の青果物さえも大都市の卸売市場を経由して調達することとなり，これが物価を高めるというこの地方ならではの事情もあった。また織物工業における女性従業員の風紀を保つため，商店の営業活動を規制するという動きがみられたのも，この地方ならではの出来事であった。さらに大手スーパー（ダイエー）との業務提携により勢力の維持・拡大を図った地場スーパーが，郊外への店舗展開を試みたときに足がかりとした元ボウリング場は，同地域の有力織物業者が経営していたものであった。このように戦後の西脇市では，有力な地場産業であった織物工業の存在が，さまざまな形で商業活動に影響を及ぼしていたのである。

また戦後における西脇市の商業展開は，時期ごとにその課題を異にしていた。まず昭和30年代前半には，西脇市の都市発展にともない市内の小売業者数が増加したが，同時にその購買力を狙って大都市の百貨店が進出する動きも見られた。これに対抗すべく地元商人の共同出資による百貨店の開設が企てられたが，さまざまなトラブルによってその実現には多くの年月を要したため，それまでのつなぎとして共同売り出しの試みがなされた。

続く昭和30年代後半には新たな小売流通の形としてスーパーマーケットが出現したが，播磨地域では姫路と明石に次ぐ早い時期にスーパーが開業したことや，また兵庫県下の他地域に先駆け農協がセルフサービス販売方式を取り入れてスーパー化する動きがみられたことは，西脇市における都市発達の著しさと物価高を理由とするものであろう。

さらに昭和40年代においては，物価高をもたらす要因として卸売市場の問題が注目を集

め，市が卸売市場を開設して流通の改善に乗り出すという動きが見られた。しかし施設の近代化や運営形態の変更等，長期間幾度にもわたりさまざまな努力がなされ，また多額の公的資金が投じられたにもかかわらず，結局昭和期を通じ抜本的な改善には至らなかった。このことは物価高の原因を探るため開催された座談会で指摘されていたように，消費者の利益よりも業界の利害や秩序を重んじる傾向が官民ともにあったことと無関係とはいえないだろう。

最後に昭和50年代には，全国チェーンと提携し，さらに郊外型店舗の設置に乗り出すなど，地元スーパーによる新しい時代の流れに対応しようとする動きが見られた。郊外型店舗の開設にあたっては売場面積の一部カットで地元小売業者との間に妥協が成立し無事開店に至ったが，その後地域間競争の激化に対応すべく約束の期限を前倒しして増床を試みた際には，地元小売業者との対立が深まった。

最後に今後の研究課題としては，引き続き戦後期の兵庫県下各地域における商業展開の実態を解明するとともに[40]，他府県の事例と比較し，兵庫県下の事例を相対化してより正確な位置づけを図ることを考えている[41]。

【参考文献】

八木哲治・石田善人（1992）『兵庫県の歴史』山川出版社，〈第2版，初版刊行1971年〉

岩崎和雄（1993）「クレジット産業―戦後生まれの巨大産業」日本経済新聞社編『流通現代史　日本型経済風土と企業家精神』日本経済新聞社，第16章所収，281-294頁

廣田誠（2006）「第二次大戦後の郊外住宅都市における小売商業の展開―大阪府豊中市の場合―」『追手門経済論集』第41巻第1号，159-200頁

廣田誠（2007）『近代日本の日用品小売市場』清文堂出版

廣田誠（2010）「昭和三〇年代の阪神間における小売市場の展開」『市場史研究』第29号，30～52頁

廣田誠（2011a）「鉄道の電化と地域の小売商業―昭和三〇年代の兵庫県播磨地域を事例として―」廣田誠編著『近代日本の交通と流通・市場』（市場と流通の社会史第三巻）清文堂出版，第Ⅵ章所収，187-217頁

廣田誠（2011b）「戦後の姫路市における公設小売市場の展開」『東北学院大学経済学論集』第177号，323-337頁

廣田誠（2011c）「昭和四〇年代の阪神地域における日用品小売市場の展開」『市場史研究』第30号，53-75頁

廣田誠（2012a）「戦後の兵庫県明石市における日用品小売商業の展開」『同志社商学』第63巻第5号，299-321頁

廣田誠（2012b）「戦後の兵庫県東播地域における小売市場の展開」『市場史研究』第31号，122-140頁

[40] 兵庫県は阪神間の大都市圏から，姫路を中心とする播磨の新興工業地域，さらに内陸部・日本海側・淡路島などの郡部農村地域に至るまで地理的にきわめて多様性に富み，戦後日本社会の縮図たる地域といえよう。

[41] 現在筆者は『山口県史』現代4（産業経済）の編纂に参加を許され，戦後の商業と観光に関する部分を担当している。兵庫県と山口県は本州西部の東端と西端という対照的な位置にあり，また人口や経済活動の規模にはかなりの差がみられる一方で，瀬戸内側と日本海側にまたがり多様な地域性を有している点では共通性が認められる。そのため当面は，戦後の山口県と兵庫県における商業の地域的展開について比較を試みたいと考えている。

The development of retailing and wholesaling in Nishiwaki region, Hyogo prefecture after WWII

Makoto Hirota

The aim of this paper is to investigate the development of retailing and wholesaling in Nishiwaki region,Hyogo prefecture after WWII. Nishiwaki region is located at inland of Harima area and is a commercial center of the rural district. Nishiwaki region was well known for the cotton textile industry and a lot of female workers worked for textile mills. The retailing and wholesaling in Nishiwaki region were under the control of the cotton textile industry considerably.

JEL Classification: N9, N95
Keywords: Nishiwaki city, Retailing, Wholesale Market, Cotton textile industry, Female operative