

# 戦後の姫路市における公設小売市場の展開

廣 田 誠

## 目 次

はじめに

1. 高度成長期の末における姫路市の日用品小売価格問題
2. 公設市場の開設に向けた動き
3. 公設市場の開設と消費者の反応
4. 公設市場の増設・改築と私設小売市場の動向

おわりに

## はじめに

わが国において公設小売市場（以下公設市場と表記）は日露戦後期以降その必要性が指摘されていたが、その開設が現実のものとなったのは第一次大戦期の大正7年4月以降であった。当時の物価高騰を背景に大阪市が市内4カ所に公設市場を開設、さらに同年夏の米騒動を契機に全国の主要都市に普及した<sup>1)</sup>。公設市場は米穀と生鮮食品を中心に生活必需品を低廉かつ安定的に供給し都市住民の生活安定に大きく貢献した。しかしその新規開設が見られたのは、それが全国で最も成功したといわれる大阪市の場合でも昭和初年までに限られ、以降、とりわけ第二次世界大戦後においては、新設される小売市場の殆どは私設のそれであった<sup>2)</sup>。しかるに兵庫県姫路市の場合、高度成長期から第一次石油危機の時期における日用品小売価格の高騰に対する市民の不満を背景として、昭和50年代初頭公設市場が新たに開設された<sup>3)</sup>。これはおそらくわが国で最も遅い時期に新設された公設市場であると思われる<sup>4)</sup>。本稿の課題は、こうした姫路市の公設市場に

1) 戦前のわが国における公設市場の歴史的展開とその意義については廣田 [2007] を参照されたい。

2) 戦後の関西地域における私設小売市場の展開については廣田 [2006]、廣田 [2010]、廣田 [2011] を参照されたい。

3) ただし姫路市の場合、全国の主要都市と同様、大正期に3カ所の公設市場を開設していた。大正8年8月本町に東部公設市場が開設され、さらに大戦後の大正11年12月、西魚町に西部公設市場、また大正14年7月には坊主町に北部公設市場が開設された。なおこれら公設市場の店舗数と売上高（大正13年）を見ると、東部が23店舗・24万379円、西部は21店舗・26万556円であった。（姫路市史編集専門委員会 [2002] 23～24頁）

4) たとえば京都市の場合、昭和40年代以降人口のスプロール化にともない新興住宅地に対する小売施設の確保が重要な課題となり、新興住宅地に公設市場をはじめとする小売施設を開設してほしいという市民からの要望もみられた。しかし当時の京都市は財政上の理由から公設市場の新設はおろか改築すらままならない状況で、結局実現したのは「京都市民営総合食料品小売センター建設低利融資資金制度」（1973年制定の農林省「総合食料品小売センター設置事業実施要領」に対応）に基づく「岩倉総合食料品小売センター」の開設（1973年）であった（原田政美 [1988]）。また神戸市の場合、経済局が昭和44（1969）年2月市内の鈴蘭台団地（兵庫区山田町）に公設市場を開設する計画を公表し、もしその評判が良好であれば引き続き以後新設する団地にも公設市場を開設する意向をもっていったことが確認できる（「鈴蘭台団地に公設市場 スーパー形式も採用 今年中に開店 品種を多く魅力的に」『神戸新聞』明石版 昭和44年2月24日）。

つき、それが開設に至った経緯と、開設後の動向を明らかにすることである。

## 1. 高度成長期の末における姫路市の日用品小売価格問題

高度成長が終焉を目前にした昭和44年の秋、当時野菜と果物の店頭調査にはじまり、それらが生産者から消費者へ届くまでの追跡調査を実施し、さらに小売業者と仲買業者の言い分を聴くなど、流通機構の分析や問題点の検討を続け兵庫県播磨地域の物価問題を追及していた『神戸新聞』姫路支社編集部は、姫路生活科学センターの生活大学で学んでいた49人の主婦を対象として「播磨地方の物価問題に関するアンケート調査」を行った<sup>5)</sup>。その結果は表1の通りであった。

表1 「播磨地方の物価問題に関するアンケート調査」結果

	設 問	回 答	
1	あなたの買われる店の野菜や果物は高いと思いますか。	高い	22
		安い	4
		普通	22
2	「高い」と思う人はその理由は何ですか。	競争店がない	11
		スーパーがない	4
		小売店が利益を取りすぎる	8
		主婦が値段に関心がない	3
		回答なし	27
3	あなたはどこで野菜や果物を買いますか。	小売店	39
		総合市場	1
		スーパー	13
		生協	1
		百貨店	0
4	3の理由は。	近い	28
		店になじんでいる	15
		安い	9
		品質がよい	9
		店が清潔	4
		毎日家の近くにくる業者	1
		近くに店がないから	1
5	あなたが買う店は価格表示がしてありますか。	ある	30
		ない	18
		知らない	1
6	あなたは公設市場がほしいと思いますか。	ほしい	41
		いらぬ	2
		わからない	6

5) 「播州全域で“高い”の声 主婦の物価アンケート 理由に“競争”を指摘 安い買い物に懸命 献立も値段と相談」『神戸新聞』姫路版 昭和44年10月21日。なおこのアンケートの回答者を居住地別にみると、最も人数が多かったのは姫路市の10（名）で、以下神崎郡8、揖保郡7、宍粟郡5、赤穂郡4、相生市と加古川市が各3、竜野市、赤穂市、飾磨郡、加古郡がそれぞれ2、佐用郡1、であった。またこれを年齢構成別に見ると、40～44歳が16（名）ともっとも多く、以下45～49歳11、35～39歳10、50歳以上8、不明4で、35歳から49歳までの主婦が大半を占めていた。

7	あなたは安く買うために努力をしていますか。	している	39
		していない	9
		回答なし	1
8	安く買う努力をしている人はどんな方法をとっていますか。	安く買えるものに献立をかえる	21
		高い店では買わない	16
		地域の婦人会で値下げ運動をしている	8
		遠くでもスーパーへ行く	6
		小売店に高い理由を聞く	1
		産地から買う	1
		生協の仕入れ担当者と話し合う	1

回答者の半数近くが平素購入している野菜や果物の価格を「高い」と回答しており、この時期生鮮食品の小売価格に対する消費者の不満が高まっていたことが窺える。また「高い」と回答したものがその原因として最も多く挙げていたのは「競争がない」ことであり、第二には「小売店が利益をとりすぎる」ことであって、いずれも流通機構にその責任を求めていた<sup>6)</sup>。野菜や果物の購入先としては「小売店」と答えたものが39と圧倒的に多く、第二位「スーパー」の三倍に達していた。こうした購入先選択の基準としては「近い」が28と圧倒的に多く、距離が購入先選択の最も重要な要因であったことを示している。これに次ぐのは「店になじんでいる」の回答数15であり、価格（「安い」）や品質（「品質がよい」）、衛生（「店が清潔」）といった要因をあげたものは相対的に少数であった。価格に不満を抱きながらも現実には買物に時間を費やすことが出来ず、やむなく近隣の小売店で生鮮食品を購入していたというのが当時播磨地域の消費者がおかれた状況であった。回答者の8割は「安く買うために努力」していたが、その内容を見ると「安く買えるものに献立をかえる」「高い店では買わない」といった消極的なものが大多数をしめ、「地域の婦人会で値下げ運動をしている」「遠くでもスーパーへ行く」といった積極的なものは少数にとどまっていた。小売業者側も消費者の価格に関する不満を全く無視していたわけではなかったことは価格表示の「ある」店が30と「ない」店の18を大幅に上回っていたことから窺えるが、にもかかわらず公設市場を「ほしい」との答えが41と8割を越えて圧倒的に多数であり、また「安く買うための努力」をしているとの答えも圧倒的多数であったことから、消費者が小売商の対応に満足していなかったことは確かである。このように高度成長末期の姫路市における消費者は、日用品の小売販売に関して、価格の高さを中心にさまざまな不満を抱いていたが、にもかかわらず現実には近隣の小売店で日用品を購入せざるを得ず、ために公設市場の開設を切望していたのである。

野里銀座（姫路市野里）のさる小売市場へ夕食の食材を調達に訪れたある主婦は、当時の姫路市における日用品小売をめぐる状況を以下のように語っていた<sup>7)</sup>。彼女はそれまで自宅付近の「な

6) ただし回答者の過半はこの問いについて「回答なし」としており、『神戸新聞』の紙上キャンペーンにもかかわらず、消費者にとって物価高の原因は定かではなかった。

7) 「野菜は笑う 物価はなぜ高い〈9〉よく知っている主婦 公設市場がぜひほしい」『神戸新聞』丹波版昭和44年11月25日。

んでも屋さん」(=食料品を専門とする個人商店)で買物をしてしたが、次第に自宅からやや離れたこの市場まで買出しに訪れるようになった。その理由はまず店が多数あって好きなものを選べることであり、そして他の商店街等よりも販売価格が安く、しかも新鮮であるということであった。物価の騰貴がはなはだしい当時においては、安くものを買うことは生活を維持するための不可欠の条件であると彼女は語っていた。また久しぶりに「水だき」(鍋料理)をしようと同市場へ買い物に訪れた別の主婦は、市場内の複数の店舗で見比べた結果、一個35円の白菜を選び購入していた。

この野里地区には同市場の他にやや北でも私設小売市場が営業し、十数軒の小売店が軒を連ねていた。そのため小売店主が「ハクサイやダイコンがピタッと売れなくなるんです。こんなときはきまって他の店で安く売っているんですよ。こうなればうちも値下げして対抗するしかない。それと品質のよいものを入れ、勝負しなければならぬし、一日一日が大変です」と嘆くように競争が激しく、これが販売価格を押える大きな役目を果たしていた。

しかし昭和44年当時、姫路市内で営業する私設小売市場(播磨地域の呼称では「総合市場」)は5カ所のみで、生鮮食品を扱う小売店の殆どは「昔ながらの“なんでも屋さん”」であった。こうした小売店は一日平均5~6万円を売り上げ、2割前後の粗利益を得ていた。一方小売市場の場合、場内で営業する小売店の1日平均売り上げは7~8万円、粗利益は15%前後で、明らかに小売市場は一般の小売店に対し「薄利多売」を実現していた。

## 2. 公設市場の開設に向けた動き

以上みたように、高度成長末期の昭和40年代中盤、姫路市では生鮮食品を中心とする日用品小売価格の高騰が市民によって問題視され、またそうした高騰の原因として小売流通機構のあり方が注目されていたが、こうした市民の不満を解消する手段として公設市場の開設に向けた動きが具体化したのは、第一次石油危機の余波で物価高騰がはなはだしかった昭和40年代末~50年代初頭のことであった。はじめて公設市場の開設が新聞紙上に報じられたのは昭和49年の暮れで<sup>8)</sup>、以前から消費者物価の安定をはかるため公設市場開設の調査をすすめてきた姫路市はこの時、昭和50年秋の開設をめざし、同市新在家の兵庫県生活科学センター付近市有地への公設市場開設を決定、昭和50年度予算に1億4500万円を計上した。公設市場の建物は鉄骨ブロック造り2階建てとし、敷地面積は1296平方 $\text{m}$ 、建物面積は延べ540平方 $\text{m}$ で、野菜・鮮魚・食肉の生鮮三品を中心に日用雑貨店など16店舗の収容が予定された。店舗については業種ごとに複数の店舗を入居させて競争を促し、これによって物価安定と物資の安定供給をはかる方針であった。

同市にはそれまで公設市場がなかったこともあり、京阪神の他都市に比べて物価が高いという苦情が多く、消費者モニターやアンケート調査でも「公設市場をつくってほしい」という要望が強かった。昭和48年秋の石油危機以来、消費者運動も一段と盛り上がりを増した。こうし

8) 「来年秋、新在家に 公設市場 十六店舗を予定 姫路市決める」『神戸新聞』姫路のページ 昭和49年12月18日

たなか当時の吉田豊信市長は昭和49年の秋に公設市場の建設を表明、主婦たちの期待を集めたのである。

しかしこの公設市場開設計画には、私設小売市場業者の団体である姫路市小売市場連合会（牧野秀敏会長）が強く反発した<sup>9)</sup>。その原因は公設市場が開設を予定していた場所にあった。公設市場の建設予定地であった新在家では既に、その南およそ500mで私設小売市場・新在家ニューセンター（36店舗）が営業していたのである。そのため公設市場の開設計画に強く反発した同連合会は、昭和34年に施行された小売商業調整特別措置法（商調法）が同じ兵庫県下の明石市以东において小売市場は近隣の市場と750m以上離して設置するよう規制していることに注目、これを姫路市にも適用することを要求して反対運動を始めたのである<sup>10)</sup>。

この反対運動に対し姫路市側は、すでに3月の市議会で新年度予算を可決しており、今さら設置場所の変更はできない、と反論したため、再三の話し合いも物別れに終わった。そこで同連合会は「公設市場の建設には反対しないが、市内には買い物に不便な所が多く、設置するならもっと適切な場所があるはずだ」として、6月市会に設置場所の変更を請願した。

しかしこうした反対運動にもかかわらず、9月、市側は定例市議会に「姫路市公設小売市場条例」を提案した<sup>11)</sup>。同条例は、市場の運営を円滑に進めるため、入居使用者・消費者・学識経験者と市職員で構成する運営委員会（15人以内）の設置を定めていた。また公設市場を標準小売価格の拠点にするとともに、衛生、品質、計量、商人道徳など消費者サービスに徹すること目指して、毎日の標準小売価格（主として青果、鮮魚などの生鮮食料品）は、その日の中央卸売市場のセリ値を基準に、目減りや品傷み、適正な小売りマージンなどを加味して決めることとなっていた。それまでも卸売価格は毎日の新聞や市消費生活センターのテレホンサービスなどで公表していたが、もっとも市民の生活に密接な関係を有する小売価格は周知されていなかった。公設市場の開設後はテレホンサービスに小売価格を加え、さらに日々の価格動向や「きょうのお買い得品」などもPRする計画であった。

このような紆余曲折を経て姫路市が公設市場建設に着工したのは昭和50年10月のことであった<sup>12)</sup>。姫路市小売市場連合会は公設市場の開設計画が明るみに出て以降、3月、6月、9月と3度の定例市会に公設市場建設場所変更の請願を出すなど執拗に反対運動を続けて来たが、9月市

9) 「姫路公設市場 今秋オープンは無理? 話し合いつかず難航 小売市場連合会 建設場所につよく反発」『神戸新聞』西播のページ 昭和50年5月17日

10) こうした動きを受け、姫路商工会議所も商調法の政令都市指定を県に申請する動きを示した。当時の姫路市内では小売市場が計画中のものを含め23所に達し、またこれらに入店していた業者は零細なものが多く、さらに市場間の距離も最短のもので350mといちじるしく接近しており、これらによって市場同士の競争が激しさを増していた。こうした状態を放置したならば市場の共倒れ倒産につながり、市民サービス上好ましくないと、同商工会議所が商調法の政令都市指定を申請することになったのである。（「市場の乱立防止で県へ政令都市指定申請 姫路商議所」『神戸新聞』西播のページ 昭和50年6月19日）

11) 「ニュースを追って 西播初の公設市場 物価安定へ来月にも着工 姫路市 主婦らの声にこたえ 議案上程 小売業者の反対押し」『神戸新聞』姫路・西播のページ 昭和50年9月22日

12) 「公設市場やっと起工 姫路・西播の第一号 下旬に業者公募 姫路・新在家」『神戸新聞』姫路のページ 昭和50年10月8日。

会で市が商調法の姫路市への適用に努力すると約束したため、同連合会は請願を取り下げ、ここに公設市場は着工に至ったのである。敷地内に30台収容の駐車場（650平方メートル）を設け、上・下水道、ガス、電気、浄化槽、全館冷暖房も備えたこの公設市場について、市では昭和50年10月下旬より出店業者の公募を行い、11月には受け付けを始めることとした。入居資格は市内に2年以上居住し、資力、能力、信用、経験を十分に有する人物で、申込者多数の場合は抽選により決定することとなっていた。また店舗の使用料は1平方メートル当たり月額1900円であった。

この募集には青果、鮮魚、加工食品、精肉、鶏肉、生花、パン・菓子、日用品・雑貨の8業種に合わせて53名から出店の申し込みがあった。申込者の多かったのはパン・菓子（競争率12倍）で、逆に少なかったのは鶏肉、生花、日用品・雑貨（各3倍）、競争率は全業種の平均でおよそ5倍であった。これら申込者を学識経験者、消費者、業者、市職員などで構成する選考委員会（20名）が、市場業務を行う上での資力、能力、信用、経験などを基準に検討を重ね、昭和51年1月中には出店者を決定する予定であった。しかし業種間の調整などに予想外の時間を要したため、決定は3月初旬まで遅れ、さらに決定した出店者がそれぞれの店舗の内装工事を担当することになっていたため工事の方も遅れ、開業は4月以降にずれ込むこととなった<sup>13)</sup>。

昭和51年3月の市議会では、開設を目前に控えた公設市場について議員からの質問が相次いだ<sup>14)</sup>。まず黒田勝美議員から、東洋紡績の工場跡地を副都心とし、商業地域や公設市場をここに建設する考えはないか、との質問があった。これに対し吉田市長は、東洋紡績地については副都心として計画を策定中であるが、ここにはスーパーなどの商業施設が開設される予定であるため、公設市場の開設は当面考えていない、と答えた。また三輪光三議員は、公設市場以外に新年度の施策としてあげられている「準公設小売市場の建設推進」について、その詳細を説明するよう要求した。これに対しては大田晃経済局長が、「公設小売市場を数多くつくるのが望ましいが、財政上からもなかなか難しい。また民営の小売市場はかなり建設されているが、建設者と入居者が別々の場合が多く、入居後に両者の間で多くの問題が起きている。そこで、市が主体になって市場の建物をつくり、入居後も市の行政指導と監督のもとに、公設市場とほぼ同等の管理や価格設定などの出来る市場づくりを目指している。現在、業界などと話し合いを進めているが、五十一年中には原案をまとめたい。」と答えた<sup>15)</sup>。

### 3. 公設市場の開設と消費者の反応

姫路市の公設市場が開業したのは昭和51年5月7日のことで、中央卸売市場の休業日を避け連

13) 「姫路市新在家公設小売市場 開店は4月中旬以降 8業種11店に競争率5倍 出店者選考が難航」『神戸新聞』西播のページ 昭和51年2月25日

14) 「姫路市会 再開で代表質問 新設の西部高校 いま用地を物色中 市側 準公設市場づくり推進」『神戸新聞』西播のページ 昭和51年3月14日

15) 「準公設小売市場」について別の新聞記事では、「土地の取得、国庫補助のあっせんなど市が事務的な援助を与え、市の監督を条件に民間で設立する」小売市場のこと、と説明している。（今年のニュースから さようなら1976年（2） 姫路公設市場オープン 消費者にかなり好評 周辺小売店の質も向上」『神戸新聞』西播のページ 昭和51年12月17日）

休明けの5月7日が開業日に選ばれた<sup>16)</sup>。出店者は8業種合わせて53名の申込者より選ばれた11店舗（青果、鮮魚各1、加工食品〔調味料や冷凍食品、塩干つけ物、豆腐、麺類などを取り扱い〕22、鶏肉・卵、菓子、パン、日用雑貨、精肉、切り花、園芸各1店舗）であった<sup>17)</sup>。営業時間は夏季（4月から10月まで）が午前9時半から午後7時、冬季（11月から翌年3月まで）は閉店時間を1時間繰り上げ午前9時半から午後6時までとなっており、また定休日は毎週水曜日であった。販売価格については、各日の姫路中央卸売市場のセリ値を基準に、目減りや品傷みなどを加味して標準小売価格を割り出し、その値段以下で売ることをめざしていた。市場の維持管理は出店業者の負担とし、使用料は店舗が1平方メートル当たり1500円、倉庫は500円とした。

開業初日の姫路市公設市場は入場制限を行うほどの賑わいを示し、各方面から期待と注目を集めた<sup>18)</sup>。午前9時半より国・県・市と消費者・婦人会・自治会の代表約200名が出席して開設式を行ったあと、吉田市長らがテープカットを行ない、午前11時前にオープンした。施設の新鮮さに加え開設記念売り出しの効果もあり、開場30分ではやくも1000人を超える買物客が殺到し、市場内は「満員電車内のように」に混雑、係員たちは入場制限や場内整理に追われた。この開業に際し大田晃・市経済局長は「開設式で業界代表は、正当な量と価格で、しかも市が決めた標準小売価格以下で販売すると約束、消費者の代表も、市場運営に積極的に協力するといっている。市民に親しまれ“なるほど”と思わせる市場づくりに努めたい」と抱負を述べた。

その後開業1カ月を経た6月初旬における姫路市公設市場の状況は、以下のようなものであった<sup>19)</sup>。開業当初の数日間は「物珍しさや期待感」から1日5000名以上の買物客を集めた。しかしその後人気は沈静化して、6月上旬では一日1000～1300人程度におちついた。しかし8業種11店舗の小売市場としては「まずまずのスタートぶり」と見られていた。また開業後1カ月間は「標準小売価格の設定という大目標」をよそに一部の品物でかなりの値引きが行われ、そのことが同公設市場と近接した場所で以前から営業していた新在家ニューセンター（市田収代表、37店舗）を刺激し、両市場で「熱い安売り合戦」が繰り広げられた。安売りは野菜、果実、肉類、鮮魚から豆腐、卵など生鮮食料品を中心に行われ、品物によっては半値以下、また仕入価格を下回る価格を付したものもあった。そのため連日のごとく新聞へ挿入された折り込み広告を片手に、二つの市場間を往復し安い品物のみを選んで買い込む主婦たちの姿が見られた。しかし開業から1カ月を経てこのように異様な「安売り」は下火となった。こうした「安売り」について同公設市場協同組会の山本弘良理事長は「標準的な小売価格の設定という点から、過度の安売りは好ましく

16) 「姫路市新在家公設小売市場 来月七日 オープン 姫路・西播で初 出店は11店舗」『神戸新聞』西播のページ 昭和51年4月13日

17) 生鮮三品を含むほとんどの品目が一品目一店舗となり、複数店舗を競争させて価格引き下げとサービスの向上を促すという当初の理想からは後退していたが、これは後述するように市場の規模（店舗数）を縮小することを条件として反対運動を展開していた市小売市場連合会に公設市場の開設を認めさせたことが影響しているものと思われる。

18) 「姫路・西播磨で初の公設小売市場オープン 満員電車並みの混雑に汗だく 価格、衛生のモデルに 駐車場つき 全館に冷暖房も」『神戸新聞』西播のページ 昭和51年5月8日

19) 「公設小売市場オープン一カ月 “熱い安売り”下火に 価格引下げには効果 姫路」『神戸新聞』西播のページ 昭和51年6月9日

ないが、消費者に市場の開設を知ってもらうためにも、またサービスの一つとしても一部の品物で行ってきた。しかし今月に入ってから新聞の折り込み広告も週一回に減らし、できるだけ平常価格で販売するようにしている。その意味で、これからが公設小売市場の真価が問われるところ」と語った。一方新在家ニューセンターの市田代表は「お互い、商売である以上、こちらも対抗上、赤字覚悟の安売りをしてきた。そのために初めのうちは痛手も大きかった。しかし、いまではほぼ平常に戻っている。こちらとしては、安売り競争より、正当な商品を正当な価格で販売して正々堂々と競争したい。もちろん、標準的な小売価格を設定し、衛生、計量、サービス面でも姫路市のモデル市場を目指す公設小売市場の正しい発展を望んでいる」と述べた。さらに市流通対策課の担当者は、「消費者に市場を知ってもらうために、ある程度の安売りも仕方なかったと思う。そういう問題もあってか、公設市場開設の最大のメリットとして、周辺地域の小売価格を引き下げ、物価の安定に役立った。そのために、周辺の他の小売市場や小売店にはある程度の痛手があったと思うが、消費者の立場を思うと仕方ない」と語った。「安売り」は公設市場本来の機能・目的ではないが、市当局は公設市場の存在を市民に知らしめ、また結果的に周辺地域の物価引き下げに貢献したという意味でこれを肯定的に捉えていたのである。

一方姫路市の公設市場に期待された本来の役割「標準小売価格の設定」については、その実現には困難が認められた。中央卸売市場における日々のセリ値を基準に、目減りやマージンなどを考慮して標準的な小売価格を決める作業は、生鮮食料品の価格形成がかなり複雑で、ただちには実現が難しいと判明したため、同市場の開設時点においてはこれを実施することができなかった。その後、市流通対策課の職員を中心に設定作業を急いだが、実施までには少なくとも2～3ヵ月を要するものと見られ、それまでは姫路市が昭和50年秋から実施していた「実勢小売価格制度」を適用し価格の安定を図っていく見通しであった。

昭和51年5月末には市流通対策課が公設市場の来店者に対しアンケート調査を実施、その結果は6月中旬に公表された<sup>20)</sup>。これは5月29日と30日の両日、同市場への来客980名を対象に行ったもので、うち884名より回答を得た（回答率90.2%）。質問項目は①来店者の地域的比率、②世帯主の職業、③家族構成、④同市場への利用交通機関と所要時間、⑤一週間のうち買い物をする回数、⑥同市場に対する評価、⑦一回当たりの買物金額、⑧チラシ広告の効用、などであった。まず①来店者の地域的比率については、地元である新在家が34%と最も多く、八代の22%、山野井と伊伝居の11%、北平野と城北新町の10%などがこれに続いた。②世帯主の職業では過半数の54%が会社員で、公務員と自由業の各17%がこれに続いた。③家族構成は半数近くの47%が「四人家族」であった。②と③より姫路市公設市場利用者の大半が戦後家族の典型ともいえる核家族の給与所得者世帯であったことを理解できる。④のうち同市場への利用交通機関は自転車の41%がトップで、徒歩の30%と自家用車の26%がこれに続いた。また公設市場までの所要時間は全体の8割以上が10分以内と答え、公設市場利用者の圧倒的多数は近隣の住民であったことが理解で

20) 「お客の人気 まず良好 姫路市新在家公設小売市場 とくに衛生満点 「品ぞろえ」で少し不満 来店者アンケート結果」『神戸新聞』西播のページ 昭和51年6月16日

きるが、にもかかわらず自転車や自家用車といった乗り物を利用するものが過半数を超えていた。⑤一週間のうち買い物をする回数については「毎日」と答えた人がもっとも多く33%で、以下3回の19%、4回14%、5回が13%、2回12%と続いた。⑥同市場に対する評価については、「衛生状態」から「品ぞろえ」までの六項目で「良い」あるいは「普通」と答えた人が9割を超え概ね好評であった。ただし「品ぞろえ」で7%の人が「悪い」と答えているのが注目される。何分8業種11店舗で発足した姫路市公設市場であったため、当時の高度化が進みつつあった姫路市民の購買欲を満足させる品揃えが実現できなかったとしても不思議はないのであるが。⑦一回当たりの買物金額は1000～2000円が33%、2000～3000円30%、1000円未満17%であった。⑧チラシ広告の効用については、全体の83%が「よく利用する」と回答しており、消費者がチラシに掲載された価格情報を買物先の選択に有効に活用していたことがうかがわれる。

このような姫路市公設市場に関するアンケートの結果について市流通対策課は、公設市場が市民から「まずまずの評価を受けている」と捉えていた。山崎明・同課長は「消費者の意見や考え、消費の動向をみて、今後の運営に資するためのアンケート調査だったが、「品ぞろえ」で少し不満があったほかは、総体的に評価されている。姫路市初の公設小売市場の出足は好調といってよい。これからも機会あるごとに、こういった調査をしたり、消費者のナマの声をよく聞き、市民の期待を裏切らないような公設小売市場にしたい」と語った。

また開設直後においてはその前途が危惧された「標準小売価格」についても、その後三ヶ月ほどを経てようやく軌道に乗り、利用度は高まっていた<sup>21)</sup>。ただし「消費者より小売店に人気」と評されたごとく、主に「標準小売価格」を歓迎したのは小売業者で、彼らが「標準小売価格」を値づけの基準に利用する動きは当時の姫路市内で広く見られた。市流通対策課では8月10日より生鮮食料品16品目を選び、毎日姫路中央卸売市場のセリ値（卸売価格）に仲卸業者のマージン率9～19%、さらに20～25%のマージン率と商品の損耗分3～7%を加えて標準小売価格を定め、公設市場前などに掲示した他、「物価情報」として消費生活センターの電話サービスでも配信していた。「物価情報」が配信される以前の6月と7月、同電話サービスの利用回数は月平均115回であったが、配信されはじめた8月10日以降利用者は大幅に増加、8月は300回に達し、連日午前10時半ごろには「話し中」が続いた。そのため、電話が空くの待てないと思いき小売業者が午前9時半ごろから直接流通対策課にその日の標準小売価格を電話で問い合わせる回数が増えていた。これについて山崎明同課長は「標準小売価格の発表は消費者の買い物の目安だけでなく、市内の小売り五百業者に波及、少しでも安い食料品が提供できれば、と考えてやったことの効果が出はじめてきたようだ。」と語った。一方業者側もこの「標準小売価格」設定には賛意を表していた。姫路市食料品小売商協組の石田勲副理事長は「標準小売価格はとても参考になっている。組合として告示しているわけではないが、みんなそれぞれ、値づけの目安に聞いているようだ」と述べた。

21) 「消費者より小売店に人気 姫路市の標準小売価格 マージン確保でき安心 連日問い合わせ殺到」『神戸新聞』西播のページ 昭和51年9月4日。

続く10月の下旬には公設市場に関する消費者座談会が開催された<sup>22)</sup>。これは地元の婦人会と公設市場出店者、そして市流通対策課の代表が10月20日一同に会して実施したもので、婦人会からは新在家本町婦人会の田中ヨシ子会長ら12名、公設市場からは協同組合の山本弘良理事長ら11名、そして市流通対策課からは山崎課長ら3名が出席、市場の衛生、販売、価格、サービス面のほか、8月から毎日実施している標準小売価格の表示などについて語り合った。公設市場の設立趣旨は衛生、価格、サービス、計量などでモデルケースを目指すことであったが、これらについては出席した主婦たちからもまずまずの評価を得た。しかしその半面、「案外、ハエが多い」「商品の品ぞろえが不十分」「卵に日付けを入れてほしい」などの厳しい指摘も見られた。また標準小売価格の表示については意見らしい意見が出ず、この件に対する利用者の関心の低さをうかがわせた。この他公設市場開設の効果として「周辺小売店の質がよくなった。とくにサービス、価格面で著しい向上が見られる」との意見が見られた。以上の結果を踏まえ市流通対策課では、公設市場のさらなる発展を目指しこうした会合を継続して開催する方針を固めた。

また同じく10月下旬、公設市場の買物動向調査が実施された<sup>23)</sup>。この調査は、開場後半年を経過した公設市場の利用状況や市場開設の意義、標準小売価格の貢献度を確認するため10月19日に実施され、同市場へ買物に訪れた主婦120名が聴き取り方式で質問に応じた。それによると、調査対象となった主婦の半数以上をしめる54.2%が地元新在家の住民で、これに次ぐ20%近くは隣接する八代地区の住民であった。また週当たりの買物回数については「六回以上」と答えた人が65.1%と最も多く、次いで「五回」が10.8%。さらにこれを同市場に限ると「六回以上」36%、「三回」19.1%、「四回」13.3%、「二回」11.6%、「五回」10.8%とさまざまであった。同市場を利用する理由としては回答人数の第一位が「近いから」の69名、第二位は「品物が安いから」58名で、以下「品物がよいから」33名、「サービスがよいから」25名、「信頼できるから」23名などが続いた（重複回答可）。これにつき同課は公設市場が「かなり評価されている」と見ていた。また「公設小売市場が開設して近くの小売店に何か変化があったか」との問いに対しては「大きな変化があった」と「若干の変化があった」を合わせると50%に達した。「変化」の中身は「サービスがよくなった」の53.3%が第一位で、「価格が安くなった」の37%がこれに続いた。一方市が8月10日から毎日実施している生鮮食料品を中心とした標準小売価格の表示については、回答者の83.3%が「知っている」と答えたものの、利用については71%が「利用していない」と回答していた。その理由は「物の価格は実際の品物を見ないと判断できない」、あるいは「ふだんの買い物で何となく高い安いはわかる」というものであった。この結果につき同課では「利用している人がこんなに少ないのは考えもの。もう少し検討を加えたい」とコメントしていた。

「食料品が買いやすいのはどんな形態の店がよいか」という問では、半数以上の54.9%が小売市場（公設、民営）と答え、以下スーパーマーケット29.8%。一般小売店7.6%の順であった。

22) 「姫路新在家で消費者座談会 公設市場まずまず 周辺商店 サービスは向上」『神戸新聞』西播のページ 昭和51年10月21日。

23) 「“あて外れ”標準小売価格 姫路市が新在家公設市場で買い物動向調査 主婦ら七割そっぽ 周辺店 サービスは向上 開設近く半年」『神戸新聞』西播のページ 昭和51年10月27日。

小売市場の長所としては専門店が入っており、また様々なことを自由に聞けて便利な点が指摘され、スーパーマーケットについては自由に買物できる点があげられていた。最後に「新在家公設小売市場への希望」で最も多かったのは「業種が少ない」の50%で、これに次ぐのは「品ぞろえが少ない」の25%であった。山崎明・同課長は「今度の調査結果のまとめは、まだ分析、検討しなければならない点を多く残しているが、概して消費者の公設小売市場への期待は大きいと判断している。今後も、この期待にこたえるよう市場の運用をはかりたい」と語った。以上みたようにこのアンケートからは、姫路市新在家公設小売市場の開設は当初の目標通り周辺小売店のサービス改善や価格の安定に貢献していたが、同市場開設のもう一つの柱である標準小売価格の表示については主婦たちの関心はいま一つ、ということが明らかになったのである。

#### 4. 公設市場の増設・改築と私設小売市場の動向

新在家公設市場が「安くて新鮮な品物がそろっている」と好評であったことから、以後姫路市は公設市場の増設をすすめた。昭和52年6月10日、姫路市は公設市場を新たに建設しようとする際予想される私設小売市場との紛争を避けるため、「姫路市公設小売市場等設置要綱」に基づき、民間業者代表らを加えた公設小売市場建設推進委員会をスタートさせた<sup>24)</sup>。昭和52年度の姫路市は、初めて開設した公設市場が市民から好評を得、また周辺の小売業者や民間市場にも波及効果が見られたことから、市の南部に1カ所の公設市場、また西部に1～2カ所の準公設市場を建設する計画を進めていた。しかし公設あるいは準公設市場を設置しようとしていた地域にはすでに私設小売市場が営業していたため、建設を強行した場合民間業者とのトラブルが予想され、事前調整によりこれを避けるため公設小売市場建設推進委員会が設けられたのである。同委員会は民間業者ならびに消費者の代表各2名と商議所ならびに市から各1名の計6名で構成され、公設および準公設市場の開設計画について話し合うものであった。まず市側が「準公設については①市の用地を組合に貸与し、組合が施設を建設、経営する②市が施設建設し、分譲または貸与、組合が経営するの二通り。それに新在家方式の公設を考えている」と説明した。これに対し、推進委からは「当面は公設一本でいくべきではないか。それを実現するためには民間業者とのトラブルを避けるため、立地を十分検討してほしい」などの意見が出たため、さらに協議を重ねることになった。

市内第2の公設市場となった英賀保（あがほ）公設市場は、新在家公設市場の開設から3年を経た昭和54年5月9日、市南部の飾磨区中浜町に開設された<sup>25)</sup>。同市場は昭和53年8月から約3億600万円の費用で建設がすすめられ、敷地面積は約2300平方メートル、鉄筋コンクリート造り2階建てで面積延べ1350平方メートルの建物に青果、鮮魚、日用品、菓子、クリーニングなど17業種、19店舗が出店していた。同市場は国鉄山陽本線英賀保駅より南に500メートルの位置に開設され、近辺の約

24) 「民間業者の代表ら加え 推進委がスタート 公設小売市場の建設で 姫路市」『神戸新聞』姫路のページ 昭和52年6月11日

25) 「あす英賀保公設市場オープン 南部のモデル市場へ 市内で2番目 価格、サービス重視」『神戸新聞』姫路のページ 昭和54年5月8日。

1600世帯を利用者として想定していた。それまでこの地域には個人商店しかなかったため、住民は広畑や飾磨など遠方の小売市場まで買い物に出かけていた。店頭には毎日小売標準価格を掲示して買物の利便を図るほか、週1回特売セールを実施、また2階に設けた「消費サービスコーナー」は地域住民の集会所として無料で開放されることとなっていた。営業時間は午前9時半から午後7時まで（ただし冬季は午後6時半まで）とし、毎週水曜日が定休日であった。

さらに姫路市は、市西部の土山地区に3番目の公設市場を開設した<sup>26)</sup>。当時姫路市の西部は人口の増加が著しかったにもかかわらず小売施設には恵まれていなかった<sup>27)</sup>。そこで市は県の補助を受け、新在家、英賀保に続いて公設市場開設に踏み切ったのである。開設場所は同市土山239の関西電力城西変電所より南200<sup>メートル</sup>で、2500<sup>メートル</sup>の敷地に総工費1億5600万円で1階975平方<sup>メートル</sup>、2階212.5平方<sup>メートル</sup>の建物を建設することとなっていた。1階は通常の小売市場とし、青果、鮮魚各2、練製品、精肉、クリーニング、豆腐、つけ物、菓子、鶏肉、そう菜、パン牛乳、生け花、調味料、塩干乾物、日用品雑貨、洋品雑貨、文具書籍各1の19店舗と共同保管貯蔵施設、機械室などを設け、2階はコミュニティーの場としての消費者サービスコーナー、食堂兼休憩室、更衣室、事務室などを設ける計画であった。この土山公設市場が開場したのは昭和55年9月2日のことであった<sup>28)</sup>。

このようにして姫路市は昭和50年代の前半、人口が急増していながら日用品の小売施設には恵まれていなかった地域を中心に、周辺業者の反対運動に直面しながらも、計3カ所の公設市場を開設して周辺住民の消費生活の安定を図ったが、その後昭和50年代後半には、既存公設市場の増築を巡り、再び周辺業者との紛争が勃発した<sup>29)</sup>。当時姫路市は、地域住民と入店業者の希望を容れ、公設市場の増築に踏み切った。しかしこれに対し私設小売市場側からは、「市民のためといいながら同じ市民なのに小売業者を泣かせるのは“行政差別”だ」と抗議の声が上がった。増築工事に踏切ったのは新在家公設市場で、当時鉄骨ブロック造り470平方<sup>メートル</sup>であった建物を140平方<sup>メートル</sup>増築して610平方<sup>メートル</sup>とする計画で工事を進め、昭和57年3月末の完成を予定していた。この増築に対し付近で営業していた新在家ニューセンター（難波三男理事長、34店）が異議を唱えた。難波理事長は「五十一年、ニューセンターの反対を押し切って、直線距離で四百<sup>メートル</sup>そこそこの至近距離へ強引に建設した市場だ。この時、十八店を十一店に圧縮し今後増築しないことを約束した。それなのにまたも私たちとの約束をホゴに、事前の話し合いもないまま、増築工事に着手してしまった。業者泣かせもはなはだしい」と行政側が開業時の約束を無視して増築に踏切ったことに抗議した。これに対し藤本信夫姫路市消費対策課長は、増築の狙いは店舗増ではなく、買物客からの強い要望に答え、通路と各店舗の売場面積を広げ、買いやすい市場にすることである、とニューセンターの苦情に反論した。一方ニューセンター側では一部出店者の中から、公設市場の増築を

26) 「土山の公設市場建設進む 姫路 二階に消費者コーナーも」『神戸新聞』姫路のページ 昭和54年12月4日。

27) 「同市場は周辺約千七百世帯、五千人ぐらいに利用されるが、これまで近くには小さな店が二、三店あるだけで、ほとんどが姫路駅前まで買い物に出かけていた。」（「土山にも公設市場 姫路 2日午後オープン」『神戸新聞』姫路西播 昭和55年8月29日）。

28) 「土山にも公設市場 姫路 2日午後オープン」『神戸新聞』姫路西播 昭和55年8月29日。

29) 「公設市場の増築で大揺れ 姫路の商業界にまた波紋 新在家 「行政差別」と小売店 市 サービスなのに心外 消費者本位の政策望む声も」『神戸新聞』姫路西播 昭和57年3月4日。

阻止すべく市税の供託に踏切るべきだと言った強硬な意見も出、かくして両者の主張は平行線のまま推移した<sup>30)</sup>。

このように昭和50年代、市が消費者物価対策として公設市場の整備を進め、一方市外からの大手スーパーの進出もあったため、姫路市内の私設小売市場は厳しい状況に追い込まれていた。昭和53年6月には私設小売市場の新規開設を巡って開催された商業活動調整協議会で、調整不可能との結論が出されたことが新聞紙上に報じられた<sup>31)</sup>。昭和53年6月1日、姫路商業活動調整協議会(委員20名)が姫路商工会議所で開かれ、大阪通産局から諮問のあった白浜駅前ニューセンター開設問題を審議した。その結果、「白浜商圈に影響があると思われるが、入居者は中小企業者ばかりなので調整は不可能」として、届け出どおり認可することに決定した。この結論は商議所会頭を経て大阪通産局へ答申され、1年近く争われた問題が解決して同センターは8月25日開業することになった。同センターは姫路市十二所前町の浪速産業(友田一美社長)が、昭和52年春閉鎖したABC燐寸会社(同市白浜町甲)の跡地を購入し、6億円近い資金を投じて小売市場形式の店舗建設を進めていたものであった。しかし白浜地区に既に1カ所の小売市場が営業していた上に、地元の小売業者200名が小売商連合会を結成、「過当競争につながる」と反対運動を進めていた。商調協では商圈人口2万7000人の白浜地区に同センターが開店すると、当時300店に上った周辺の既存小売店と競合し、食料品部門などで影響を及ぼすものと見ながらも、同センターに入居する業者が中小企業者のみであったため、中小企業者の保護を目的とする大店法の趣旨から調整は不可能である、として、同センターを届け出通り認可したのであった。

同センターは、鉄筋2階建て、1階が店舗、2階が住宅で、売り場面積2,053平方 $\text{m}^2$ 、うち1,699平方 $\text{m}^2$ を鮮魚、精肉、菓子、つけ物、薬局、洋品雑貨、書籍、時計などの物品販売58店がしめ、残り354平方 $\text{m}^2$ にはクリーニングや喫茶店など10軒のサービス業者が入居することとなっていた。開店は8月25日で、休日は年間59日、閉店時刻は午後7時を予定し、年間売り上げは20億円を見込んでいた。当時姫路市内には23の小売市場が営業していたが、それらはいずれも売場面積は1500平方 $\text{m}^2$ 以下であったため、同センターが開業すると市内一の規模を誇る小売市場になるものと見られていた。

また昭和54年末には、国鉄播但線の高架化事業に伴い立ち退きを迫られていた私設小売市場・白鷺ニューデパート(姫路市幸町、牧野秀敏理事長[玩具商]、32店舗)出店者のうち牧野理事長を含む有志18名が協同組合ベネを結成し、同市城東町野田に集団移転することを決定した<sup>32)</sup>。

30) 当時このような小売商業施設の整備を巡る姫路市と民間業者の対立は公設市場問題に限定されるものではなかった。このころ市内増井新町の副都心でニチイとダイエーの進出を巡って、これを推進する市側に対し地元業者は不信をつのらせていた。そのため市商店街連合会や商工会議所の担当者も「市は商業界の将来展望をもち、商業者の健全育成をはかりながら、消費者のための商業政策をたてるべきだ」と注文していた。(「公設市場の増築で大揺れ 姫路の商業界にまた波紋 新在家 「行政差別」と小売店 市 サービスなのに心外 消費者本位の政策望む声も」『神戸新聞』姫路西播 昭和57年3月4日。)

31) 「調整は不可能 白浜駅前ニューセンター 届け出通り認可 姫路商業活動調整協議会」『神戸新聞』姫路のページ 昭和53年6月2日

32) 「集団移転で近代化へ 京口駅東の川航跡地に地上五階の鉄筋ビル 初の中小企業庁融資で 白鷺ニューデパート協組」『神戸新聞』姫路のページ 昭和54年12月4日、「商店主手握り“自前のビル”姫路市城東町 5

12月3日午後、協同組合ベネは設立総会を開き、移転計画の概要を明らかにした。それによれば総事業費約15億円のうち5億5千万円は県より中小企業高度化資金の融資を受け、移転先は国鉄播但線京口駅すぐ東の日本毛織跡地を市から譲り受け、敷地面積6600平方メートル、店舗面積1534平方メートルで、建物は鉄筋コンクリート建地下1階・地上5階、地下を駐車場（56台収容）と店舗、1階を店舗（精肉、鮮魚、鶏肉・卵、塩干、青物、果物豆腐、惣菜各2店舗、酒、米、菓子、薬、手芸、履物、寝具、化粧品、子供服、婦人服、婦人雑貨、クリーニング、日用雑貨、冷食、ファストフード、生うどん、生花、寿司、文具・玩具、本、喫茶、食堂、お好み焼き各1店舗）とし、2階は地域住民にも開放する集会室（コミュニティー・プラザ、70人用洋室ならびに20人用の洋室）で、3～5階は組合員の住戸（18戸）とした。ビルの西側には100台収容の駐車場も設けられた。ベネの設立にあたっては白鷺ニューデパート以外からも参加する者が23店あり、41組合員の参加、43店舗の開設が確定していた。新組合ならびに新市場の名称であるベネは組合員の一致を願い、ラテン語の「思いやり」から名付けたものであった。ベネが事業計画を策定するにあたっては、立地条件の変化が顧客の動きに与える影響が懸念され、集団移転へ踏切るまでに商店主間の意見調整には相当の時間を要した。しかし当時姫路市内には25カ所の小売市場があつて競争が激しく、しかも大手スーパーのニチイ北姫路店とジャスコ岩端店が相次いで開業するなど全国的に大規模小売店の地方進出傾向が見られたため、小売市場側としても店舗協同化や近代化などの対抗策を迫られ、結局移転に踏切ったのである。このショッピングデパート・ベネが開業したのは昭和56年4月25日のことであつた。開業に際し牧野組合長は同市場より「半径一キロの間に京口住宅、第二京口住宅、国鉄宿舎など一千戸があり、なんとかやっているとはいけるのではないかと思う。オープニングは、あのねのねや青芝フック・キックなどを招き盛大にやりたい」と抱負を述べた。

## おわりに

以上みたように昭和50年代の姫路市では、消費者物価対策として市当局が積極的に公設市場の開設を進め、計3カ所の公設市場が開設された。これらの公設市場は価格と品質に留意したため近隣住民を中心に買物客を集め成功に至った。またそれらは市中央卸売市場の取引価格を基準とする標準小売相場を示すことを重要な目的・機能としていた。標準小売価格は消費者にこそあまり利用されなかったものの、小売業者の価格設定には積極的に利用され、こうした面を通じて公設市場周辺地域の物価安定に貢献した。一方公設市場は開設や増築を行なうごとに、周辺で営業する私設小売市場からの激しい反対運動に直面した。しかしこうした私設小売市場の関係者も、開業後の公設市場が周辺住民に歓迎されている様を見るにつけ、公設市場に反対するのみならず、自ら近代化を図り公設市場やスーパーに対抗できる競争力を身につけることが重要である、と次第に悟ることとなったのである。

---

階建の近代建物 総事業費15億円 無料開放の広場も」『神戸新聞』姫路 昭和56年4月3日。

【参考文献】

廣田 [2007]；『近代日本の日用品小売市場』清文堂出版，2007年。

廣田 [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，2006年11月。

廣田 [2010]；「昭和三〇年代の阪神地域における小売市場の展開」『市場史研究』第29号，2010年1月。

廣田 [2011]「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，2011年1月。

姫路市史編集専門委員会 [2002]；姫路市史編集専門委員会・編集『姫路市史』第五巻下 近現代2，発行・姫路市，2002年。

原田政美 [1988]；「京都市民営総合食料品小売センターの設置と公設小売市場」藤田貞一郎監修，京都市・京都市公設市場共同組合連合会編集『京都市公設小売市場の70年』京都市公設小売市場開設70周年記念事業実行委員会発行，1988年，第5章「低成長下の京都市公設小売市場」第1節。