

羅紗商とその活動の軌跡

●近代都市大阪の
社会・まち・ファッションに
みる諸相

石角
容子

はじめに 4

第一章 大阪羅紗商の成立と発展へのプロセス 7

一 羅紗と羅紗商 8

二 羅紗商の成立と展開 9

三 戦前期大阪における羅紗商の位置づけ 15

第二章 大阪羅紗商の実像にみる業態と機能 21

一 市場組織と羅紗商の業態 22

二 羅紗商のプロフィールと商圏 26

三 羅紗商の活動と機能 31

第三章 羅紗商の商業活動と紳士服の流行戦略 37

一 都市の近代化と紳士服 38

二 エージェントとしての切売商と羅紗の商品化 44

三 切売見本と流行へのアプローチ 47

四 羅紗商の情報機能と商業活動の役割 50

第四章 社会集団としてみた羅紗商の規範……………57

一 店主のプロフィールとライフスタイル 58

二 羅紗商のコミュニティ形成 60

三 丁稚／別家制度と羅紗商 68

四 羅紗商の職業観 70

五 社会集団としての羅紗商 73

第五章 商業のまちと羅紗商の所在……………81

一 羅紗商の集団地域 82

二 羅紗の同業者町 89

三 中心市街地と羅紗商 96

結び……………100

参考文献 104

はじめに

かつて羅紗らしゃは「大阪が本場ほんば」といわれ、戦前の大阪都心部には「羅紗」の看板を掲げた商店がちこちにみかけられた。当時の男子の洋服は羅紗製とされ、羅紗商とはその羅紗を主として洋服商に服地として供給する専門業者であった。羅紗商は日本全国の都市部に広く分布しており、大阪ではその多くが大阪市旧東区内を営業拠点として活動していた。戦前では男子洋服の約九割が注文服といわれ、羅紗商から生地（1）の供給を受ける注文洋服業者（テラー）は、全国で約二〇万と称されていた。当時の羅紗商の商圏は国内はもちろん、満州・朝鮮・台湾をはじめアフリカや南アメリカにまでおよぶものであった。

従来、羅紗商と洋服商の関係は、卸・小売関係、あるいは業容の違いから別個の異なった業界に属するものであるが、素材供給という役割を業とした羅紗商は、諸研究において洋服（紳士服）と一体として取り上げられる場合が多く、その活動が主たるテーマとして扱われることは流通史の一部、業界史、組合史、会社史、名鑑などを除きほとんどみられなかったといえよう。

本稿では近代都市への発展過程における大阪羅紗商の実態や事跡を明らかにしたいと考える。すなわち、羅紗商の活動とそれを支えた諸機能、あるいはバックグラウンドの確認をとおして、羅紗商と時代、社会、地域、文化的役割などを浮かびあがらせたい。またその対象を大阪に特定するが、その理由は「織物類の集散地市場」としては大阪が先進地であり、毛織物の流通に関して大阪は東

京に比して問屋数も多く、総じて商業組織の発展していたものと思われる」(政治経済研究所編、一九六〇年、二四二頁)と述べられているように、毛織物市場における大阪の主導的立場から、羅紗商の活動についても多くの事例が得られるのではないかと考えたこと、および羅紗商の集積がコミュニティやまちの形成に関わる、特定の地域において継続的になされてきた点にある。つまり、「本場」といわれた羅紗取引の中心地が大阪であり、その近代都市への道程と羅紗商の活動が同じ軌跡を描くのではないかと想像されるからである。

なお、本稿では近代都市を、産業化、情報化などによる人口の都市への集中とそれにもなって都市的生活様式が形成されていく過程―都市化という意味を持たせて使用している。すなわち、大阪においては第一次都市計画事業が着手された一九二二(大正一〇)年頃から昭和戦前期までを想定している。

近年、都心部での再開発が加速するなかで、かつて一勢力を成していた大阪の商業者集団・羅紗商のあきない、まち、生活の記憶はますます希薄になりつつある。当時の羅紗商の活動を蘇らせ、検討を加えることでそれらが大阪の活性化諸活動につながる新たな資源・資産蓄積の糸口となることを期待したい。

(注)

(1) 日本服地卸業界史編纂委員、一九七九年、九一頁。

第一章

大阪羅紗商の成立と発展へのプロセス

一 羅紗と羅紗商

羅紗とは主として表着類に用いられる「(厚手の)毛織物」の総称である。羅紗の日本への渡来は古く、室町時代に武将の陣羽織などに珍重されていた。その頃の毛織物はポルトガル語で「ラサ(rasa)」と呼ばれていたが、日本で「ラシャ」となり、それをさらに「羅紗」という字を当てたといわれている⁽¹⁾。当時羅紗はきわめて貴重な織物として、もっぱら大名や上級武士が武器等に用いるほかは一部裕福な町人の占有物であった。江戸末期になってオランダ船により各種の毛織物が持ち込まれ、とりわけ羅紗は鮮やかな色彩と羊毛製品であることから人気を呼び、羽織や半纏、袋物さらには婦人帯地などに使われた。しかしその価格は絹織物よりも高く、庶民にとっては高値の花であった⁽²⁾。本稿では、主に紳士用洋服に使用された表生地―メルトン・ツイード(紡毛糸系)など、ドスキン・サージ(梳毛糸系)などを指して羅紗と呼ぶこととする。なお、本文中における生産・国内需要に関する統計上の数字には、毛織物の品種別項目中「羅紗および(洋服用)セルジス」⁽³⁾の合計を使用する。

つぎにこのような羅紗を扱う業者として、本稿では一九三三(昭和八)年大阪羅紗卸商業組合が設立されるにあたり、組合員の資格を有するとされた一三〇人⁽⁴⁾、すなわち①羅紗卸売業者三四人、②卸売小売兼営業者九六人を主要な羅紗商として設定している。なお、①については商社をふくめ、⁽⁵⁾ おおむね羅紗元売卸問屋機能を主とするものとし、②についてはおおむね羅紗切売商機能を主とす

るものとして扱う。

二 羅紗商の成立と展開

(1) 揺籃期の羅紗商

明治初年頃、羅紗は唐物店と呼ばれる、舶来品万般——洋反物や小間物・文房具・薬品などを扱う店で扱われていた。高価な輸入品である羅紗は、一般庶民には縁遠いものであったが、一八八八（明治二一）年に発行された『最大効益大阪買物便利』には、「全国羅紗洋服調製 高麗橋五丁目二番地 松浦清次郎」、「羅紗種々並に小倉類 大阪心齋橋筋安堂寺町南入西側 小梅佐七」、「羅紗類販売塵（店：筆者注）東区道修町心齋橋南に入東側 吉田利平衛」などの買物案内がみられ、すでに手広く羅紗を扱っていた形跡が確認できる。羅紗が洋服という用途に使われはじめたこと、店舗が旧東区の心齋橋筋近辺に立地していたことがわかる。

当初羅紗は神戸のイギリス商館などから引取商を通じて大阪へ輸入されていた。このなかには、のちの羅紗商に通じる船場の芝川又右衛門・豊田善右衛門・鷹岡商店の名を見ることができ⁶⁾。一方当時「舶来屋」と呼ばれた洋服商は、一八六八（明治元）年頃、谷町を中心に一五軒を数えたと⁷⁾いわれている。洋服は軍服としての需要からはじまったが、一八七二（明治四）年の大阪造幣局の開設以降、官吏の制服着用にもおよんでいった。ことに同年の服装自由の令達、翌七二（明治五）

年の「爾今日本の式服は洋服とする」旨の太政官布告により式服として大礼服・通常礼服が制定され、⁹⁾これらは日本国民の衣服の方向づけがなされた重要な出来事であったといえよう。

日清・日露両戦争後は、経済の好況とあいまって洋装の祝賀会・園遊会などがしばしば催されたこと、事業が興隆し銀行・会社・大商店が設立され洋服の常用がはじまったこと、一九〇三（明治三六）年の第五回内国勸業博覧会などとおして、洋服の着用は漸次増加していった。このような動向から羅紗の需要は拡大し、国産毛織物の生産が促進されたが、生産量も少なく品質も十分ではなかったため、その供給はほとんど輸入羅紗に頼っていた。この間の国内生産高と輸入高の割合を羅紗およびセルジスの数量からみると、一八九九（明治三二）年から一九〇五（明治三八）年にかけて、およそ七〜八割が輸入によるという状態であった。

富国強兵政策による海外文化の導入と殖産興業政策に支えられた資本主義確立期、羅紗業は将来性ある新分野として多くの参入を受け入れた。一九〇三（明治三六）年に創業し、後年大阪羅紗卸商業組合の理事長等要職を歴任した梅村衡平と羅紗との出会いは、「今日でこそ、『羅紗』というと、明治、大正時代の古めかしい響きを思わせるが、明治中期の当時では、西洋文化を代表するハイカラな商品であった。（中略）『これからの新しい時代を先導するのは、西洋文化の香りに違いないまい：』と。『羅紗』に対して、なんら予備知識のなかった少年『梅村衡平』が、『将来は、羅紗で独立しよう：』と決心するのは、この西洋文化の先進性に気づき、『洋服』と『羅紗』の関係に、近代化商品としての適性を感じとったからであろう」（大阪毛織会館編、一九八五年、一四〜一五頁）という、使命感にも似た意識であった。

(2) 国内市場の形成・確立

大阪での羅紗取り扱いは『大阪商工名録 明治四四年』⁽¹⁾(大阪商業会議所編、一九一一年)によると卸売五〇店、卸小売一六店を数えるまでになった。その多くは船場地区に立地していたが、明治末期から大正初期にかけ谷町で羅紗製品(厚司^{あつし}、マント、トンビ等)を扱っていた業者たちがしだいに営業の主力を毛織物販売に移し、羅紗商として機能するようになった。

大正期の羅紗業国内市場形成の過程において重要な点は、自立的な業界活動を目的に各種の組合が結成されたことである。大阪では一九一二(大正元)年一月、切売商で組織された関西羅紗商組合および仲次商の大阪羅紗商同盟会が結成された。関東地方では京浜間の羅紗商を中心にすでに一八九九(明治三二)年に京浜羅紗商同盟会が創立され、一時休止の後再結成されており、一九一三(大正二)年六月、羅紗業界重要事項に関して、これら東西の羅紗商団体で連携協調を進めていくことが合意された。一九二一(大正一〇)年四月、大阪の右記二組合は合併し関西羅紗商協会として発足する。のちには輸出問屋業者も加わり、会員数三〇〇余人で構成されるが、大阪羅紗業界の基盤確立に努めるとともに、同年六月羅紗業界における最高決議機関として成立した日本羅紗商協会の連携団体として、毛織物関税引き上げ反対運動等に取り組んだ。一九二三(大正一二)年九月の関東大震災では、京浜間で被災した多くの羅紗商に対し、関西の各羅紗商団体は羅紗の供給などを通じて復興への協力を惜しまなかった。また、この災害を機に関西の羅紗切売商は東京に支店や出張所を開設し、商圏を拡大していった。

第一次世界大戦終結後の反動不況、そして一九二〇(大正九)年以降関東大震災を挟んで昭和初

表1-1 毛織物(羅紗・洋服用セルジス)の供給と需要推移 (単位:千円)

年次	国内生産	輸入	輸出	国内需要
1906(明治39)年	4.722	15.506	——	20.228
1910(明治43)年	2.759	10.057	——	12.816
1914(大正3)年	17.547	9.063	569	26.041
1918(大正7)年	21.485	9.525	3.287	27.696
1922(大正11)年	28.280	44.447	382	72.345
1926(昭和元)年	39.286	27.994	600	66.680
1930(昭和5)年	59.294	10.971	2.059	68.206
1934(昭和9)年	151.143	5.081	19.099	137.125
1935(昭和10)年	168.590	6.645	22.416	152.819
1936(昭和11)年	224.032	9.514	34.359	199.187
1937(昭和12)年	227.927	9.012	41.230	195.709
1938(昭和13)年	240.914	2.682	35.368	208.228

(注) 1. 国内需要は国内生産+輸入-輸出で算出。

2. 1906(明治39)年から、1934(昭和9)年までは4年ごとの推移。

(出所)『日本羊毛工業論』216~217頁(出典:『毛工聯史』、大蔵省『日本外国貿易年表』)より作成。

期の恐慌まで、日本経済は慢性的な不況時代を迎えた。しかし羅紗およびセルジスは戦時中軍需品として輸出され、あるいは大震災の経験から洋服の機能性があらためて認識されるなど、洋服の着用が増え羅紗の需要は伸長した。大正年間を通じて羅紗・セルジスの国内需要は約七倍に拡大していた。そのようななか、本稿で設定した羅紗商一三〇業者は業務拡張を前提とした経営組織の整備にむけ、株式会社への改組をはかるところが多かった。ことに第一次世界大戦景気に沸く一九一七(大正八)年から一九二〇(同九)年にかけて、合資・合名会社、個人商店から法人化へのピークが認められ、それは元売卸商層で顕著であった。

(3) 躍進から停滞へ

昭和戦前期前半、大阪では近代都市の形成にむけ市内外の街路・運河・公園・墓地・下水処理等の完備をめざす総合的都市計画事業が逐次行われていった。このようななか、羅紗商の会社組織化は一段と進み、切売商を中心とした卸小売兼営業者層で合資・合名、株式会社への体制強化がはかられ、また店員の増強を実施する会社商店がみられるなど、業界全体としても勢力拡大にむかっていた。

一九三二（昭和七）年二月、大阪では初の羅紗販売業者による公認の団体組織・大阪羅紗商同業組合が設立され、ついで一九三三（同八）年六月には、商業組合法による大阪羅紗卸商業組合が認可された。これは出資制度による共同仕入れ・共同施設の設置などを事業の内容とするものであった。同年四月に設立された東京羅紗卸商業組合の出資状態を口数、払込出資金額で大阪と比較すると、規模は東京をはるかに凌ぐものであったことからも、その期待のほどが見て取れる。国内洋服用羅紗も年々生産技術が向上し、国産羅紗を扱う切売商も増加、一九二六（昭和元）年には国内生産の羅紗が輸入を上回り、輸入依存度の低減とともに一九三三年以降、輸出も輸入を逆転することになる。このような国産羅紗の動向のもと舶来品尊重の気風を排除し国産奨励と海外輸出の機運を促進するという国策もあり、全国規模の羅紗商大会・国産羅紗の陳列会が数次にわたり開催された。開催はいずれも大阪が会場となり、大阪府が協賛あるいは後援する官民一体の取り組みが行われた。¹⁴このような背景のもと、一九三六（昭和一一）年から一九三八（同一三）年にかけて、羅紗・セルジスの国内需要はピークを迎えていた。戦前における大阪羅紗商は冒頭でのべた一三〇業者を核に、

一九三五（昭和一〇）年末現在四一三店を数え、羅紗商成立以来最多の営業拠点を持ったと推定できる。

しかし、一九三一（昭和六）年九月に満州事変、一九三七（同一二）年七月に日中戦争、一九四一（同一六）年二月に太平洋戦争が勃発すると、わが国は平時体制から戦時統制体制へ移行する。とりわけ日中戦争以降、「日本経済はすべての資源を戦争に動員する必要に迫られ」、そのためには「直接的な経済統制を実行する以外に方法はなかった」（新修大阪市史編纂委員会編、一九九四年、三四八頁）として配給統制と企業の再編成が強行される。日中戦争開戦後間もなく発令された輸出入品等臨時措置法により、羊毛・毛織物の輸入も大きく制限をうけ、一九三七（昭和一二）年一〇月には毛製品等ステープルファイバー等混用規則が公布され、羅紗では重量割合で二〇％以上のス・フの混入が決められた¹⁶。

このような動向をふまえ、大阪羅紗卸商業組合は再三の組織・名称の改変により統制への対応をしつつ、配給体制の確立から転廃業をふくめた業界の再編成にむかうことになる。戦時前半の羅紗・毛織物の流通は、配給制度を見据え業態別に組織された日本毛織物元売卸商業組合と、各地切売商業組合からなる全日本羅紗切売商業組合聯合会が中心となって毛織物の自治配給統制を実施し、懸命に時局への対応をはかった。

やがて太平洋戦争が始まると極限までの戦力増強を目的に、企業整備令、繊維製品配給消費統制規則が公布され、必要な部門への労務提供のための業者の整理統合、配給機構整備が国家の手で行われる。強制配給統制における羅紗・毛織物は、製造統制会社を通じて第二段階の中央統制配給

会社（毛織物中央配給統制会社）、第三段階の道府県別地方配給統制会社（大阪繊維製品配給統制会社）を通じて配給されることになる。一九四二（昭和一七）年五月、同社には一四の服地荷扱所が設けられ、⁽¹⁷⁾うち一二カ所を冒頭の卸売小売兼営業者が取り扱うことになった。元売卸商は中央配給統制会社の代行会社に統合されるか、休業・転廃業を迫られた。切売商の大方もまた転廃業を余儀なくされ、軍需工場への転向や工場労働者への転出が行われた。なお、大阪では転廃業対策の一つとして切売商の南方進出が検討されたが、南方派遣軍の敗退とともに計画は解消された。

ここにきて商業組合はその存在意義を失い、元売卸組合・切売組合ともに一九四三（昭和一八）年八月までに解散のやむなきにいたり、羅紗商の伝統的な流通機構は消滅した。このような経済統制は、商業全般の将来性に対する不安を助長したが、戦後の混乱のち大阪羅紗商は毛織物商、服地卸商として新たな活動をはじめることになる。

三 戦前期大阪における羅紗商の位置づけ

前述のような展開を見せた大阪羅紗商の一九三五（昭和一〇）年前後の経済的、商業的な位置づけはつぎのように示すことができる。

① 大阪の商業活動に占める繊維産業のウエイト

『大阪市商業調査書』（一九三五年二月三一日現在）により羅紗商が属する繊維産業の位置づ

けを販売金額からみると、大阪市の一九三五（昭和一〇）年中の商品販売総額は七九億一一五七万五〇〇〇円であり、そのうち繊維業種（織物・被服類、綿・糸・編物・組物類）は二八億四八九万九〇〇〇円で全体の三五・五％を占め他産業を圧倒していた。これを業態別販売金額でみると、繊維業種の卸売比率は九六・六％を占め全業種の卸売比率八四・二％を凌駕している。商品別にみる羅紗の卸売比率は九四・三％であった。

② 繊維産業に占める羅紗商の位置づけ

前掲資料の商品別販売額によると、羅紗は一億一〇〇三万八〇〇〇円であり、繊維業種中のウエイトは三・九％、織物に占める割合は七・三％であった。羅紗商四一三店の一店あたりの販売金額は二六万六〇〇〇円で呉服・太物の約六割であったが、メリヤスに対しては五・五倍、洋服の八倍にあたる。また、羅紗商の株式会社化率は一七％で、他の繊維商の平均四・八％に比較し高率である。なお、東京の羅紗商の状況を『東京市商業調査書 昭和八年版』（旧市域：一九三一年一月一五日、新市域：一九三二年一月末日現在）からみると、羅紗の販売額は四五七一万九千円、商店数は二六八店、一店あたりの販売は一六万九〇〇〇円であった。

③ 羅紗・毛織物業の取り扱い数量と金額の推移

大阪羅紗卸商業組合設立に際し届け出られた、大阪地区内の直近三カ年間の数字からその推移をみると（表1-2）、販売数量において一九二九（昭和四）年対一九三〇（同五）年比で一三三％、三〇年対三一年（同六）年比で一二五％、販売金額では二九年対三〇年比で一〇五％、三〇年対三一年比で一三三％と高い伸び率を示している。

表1-2 大阪における羅紗・毛織物業取り扱い数量・金額

年次	販売数量(推定)	販売金額(推定)
1929(昭和4)年	約3千万ヤード	約86,000千円
1930(昭和5)年	約4千万ヤード	約90,000千円
1931(昭和6)年	約5千万ヤード	約120,000千円

(出所)『大阪羅紗商組合沿革史』45頁。

以上の諸資料から、昭和戦前期の大阪羅紗商は①販売金額において繊維業種中四％程度の占有であったが、業績はおおむね年率二桁の伸び率傾向を示していた点から、そのウエイトは徐々に高まることが期待できる状態であった。②繊維業種の卸売比率が高く、羅紗商もふくめて集散地機能を持っていたことが確認できる。③羅紗商一店あたりの販売金額（繊維・被服の商品別販売金額）は旧来の呉服・太物を除きトップであり、魅力的な新規参入市場であったと思われる。④法人化率の高さから大阪の繊維業界にあって、将来の発展を予期した経営への取り組み姿勢をみる事ができる。⑤調査時期等が異なり、公平な比較は難しいが、大阪羅紗商は東京に比べ販売金額・店舗数・一店あたりの販売金額において、それぞれ二・四倍、一・五倍、一・六倍と優位な数字を示していることが出来る。

戦前、羅紗は「ハイカライメージ」で売りやすい商品であったという⁽¹⁸⁾。舶来品一辺倒から良質な国産羅紗の安定的な供給と洋服着用の一般化という時流を得て、羅紗商は明治から昭和戦前期にかけて順調に商勢を拡大していった。そして綿織物を主力としていた大阪の繊維産業の新たな成長分野として期待されるようになっていたのである。

(注)

- (1) 小川龍夫、二〇〇四年、九四二頁。
- (2) 日本服地卸業界史編纂委員、一九七九年、二〇～二二頁。
- (3) 毛織物の統計では、品種別にモスリン、フランネル、セルジス（着尺用、洋服用）、羅紗、毛布などに分類されている場合が多い。本稿では洋服用途の資料として、羅紗及び（洋服用）セルジスに限定して用いる。セルジスとは洋服用梳毛毛織物で、一般的にはセルと呼ばれている。
- (4) 笠原隆・南元董外編、一九四四年、八三～九二頁の名簿による。
- (5) 注文洋服店の要望に応じ、元卸問屋から反物で仕入れた羅紗を着分に切って供給する業態。
- (6) 大阪市東区法円坂町外百五十七箇町区会編、一九四一年、五二七～五二八頁。
- (7) メルボ紳士服編『羅紗・洋服百年の歩み―大阪紳士服業沿革史―』、一九七〇年、五頁。
- (8) 一八七〇（明治三）年、兵制に関する太政官布告が下され、軍服の服制に洋服採用が決定された（三宅宏司、二〇〇三年、九二頁）。
- (9) 前掲書（7）、六頁。
- (10) 明治政府は、輸入偏重を是正するため殖産興業の一環として一八七九（明治一二）年から官営千住製絨所を開設し、国産羅紗の製造を開始していた（前掲書（8）、九〇～九六頁）。
- (11) 大阪市商工台帳により一九一〇（明治四三）年現在、大阪市における営業納税額五〇万円以上の商工業者を収録。
- (12) 前掲書（4）、三頁。
- (13) 大阪組合員数：七四人（東京は不明）、大阪組合員資格者：一三〇人（東京は不明）、出資口数：東京三五〇口、大阪二〇〇口、払込出資金額：東京三五〇〇円、大阪二万円であった（前掲書（7）、一二四頁）。
- (14) 全国規模による羅紗商大会・展示会の主なものには、「日本全国羅紗商大会（第一回）国産羅紗陳列会、

- 期間：一九三〇年一月一八日～二二日、会場：大阪府立実業会館、主催：日本羅紗商協会、「第二回国産羅紗陳列会」、期間：一九三二年二月一五日～二二日、会場：大阪府立商品館、主催：関西羅紗商協会、「第一回国産羅紗見本市」、期間：一九三五年一月一日～一二日、会場：大阪府立実業会館、主催：大阪羅紗卸商業組合、「絹洋服地大展示会」、一九四一年六月一三日～一四日、会場：大阪市中之島中央公会堂、主催：全日本羅紗切売商業組合聯合会」などがあり、すべて大阪で開催されている。
- (15) 一九三五（昭和一〇）年一月二二日現在、「羅紗地」の卸・小売・卸小売営業所総数（大阪市編『大阪市商業調査書』、一九三七年、四五八頁）。
- (16) 前掲書(2)、七六～七七頁。
- (17) 前掲書(7)、一七四～一七五頁。
- (18) 二〇〇六年二月五日、大阪服地卸商協同組合組合員聴き取り。

第二章

大阪羅紗商の実像にみる業態と機能

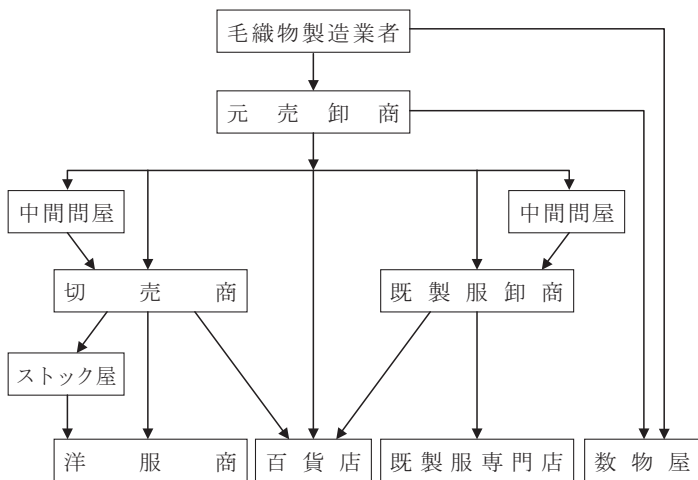
一 市場組織と羅紗商の業態

昭和戦前期、とりわけ日中戦争がはじまるまでの期間には、戦前の羅紗商の集大成されたすがたをみることができよう。すなわち羅紗の供給面では国産羅紗生産の充足と羅紗業界の整備、需要面では紳士洋服の着用が一般化にむかい、社会における羅紗商の存在感も示されていたといえよう。このような背景のもと、本章では近代都市大阪を舞台に活動する羅紗商のプロフィールをとおしてその実像解明を試み、あわせて繊維卸売業としての羅紗商の業態・機能を概観する。

(1) 昭和戦前期における流通経路

羅紗商の実像解明に先立ち、まずその活動の場になった市場組織についての検討を行う。羅紗の市場組織を流通経路からみると図2-1のようにあらわすことができる。まず毛織物製造業者が生産した羅紗は羅紗元売卸商（以下、元売卸商）を経て、つぎの段階で注文洋服店ルートの羅紗切売商（以下、切売商）と既製服を扱う羅紗既製服卸商（以下、既製服卸商）とに二分して流される。切売商は元売卸商から仕入れた羅紗を洋服商の注文に従って一反からさらに細かく着分に切って売り渡す。もう一方の既製服の経路では元売卸商から既製服卸商に渡され、縫製されて羅紗既製服専門店にいたる。百貨店に対しては切売商・既製服卸商双方からの流れがあるが、百貨店が切売商・洋服仕立商を兼ねているような場合には、元売卸商から直接取引されるケースがある。また元売卸

図2-1 昭和戦前期 羅紗の流通経路



(出所)通商産業大臣官房調査統計部編、1951年、35頁、
および伊東、1957年、138頁を参照に作成。

商と切売商、元売卸商と既製服卸商の間には中間問屋・箱物屋も存在しそれらを経由することもあった。なお切売商と注文洋服商（以下、洋服商）の間にはストック屋（切売ブローカー）が介入する

場合もあった。軍隊・官庁等から大量に製品の納入を請負う業者は数物屋かずものやと呼ばれ、毛織物製造業者・元売卸商などから納入される別ルートであった。

輸出については、毛織物製造業者は直接輸出取引はせず、元売卸商が担当した⁴。輸入についても、元売卸商の多くが海外製造元の代理店となって輸入事務を扱い輸入業者を兼ねていた⁵。羅紗の国内市場の発展とともに、昭和戦前期には流通経路も以上のように整備されたが、「実際には元売卸商・切売商・既製服卸商・中間問屋などという区別はあいまいで、これらをいくつかが兼営しているのが普通である」（伊東光太郎、一九五七年、一四一頁）といわれ、とりわけ「関西は東京のように切売商と問屋が劃

然とせず、これを兼業する業者があり、(後略)」（日本服地卸業界史編纂委員、一九七九年、六一頁）と指摘されているように、大阪での羅紗商の業態は東京に比べ流動的であったといわれている。

(2) 元売卸商・切売商と注文洋服商の取引関係

このような販売ルートにおけるそれぞれの業者の役割と相互取引関係について、主として注文紳士服を例にのべる。毛織物製造業者には一貫毛織会社と毛織物機屋がある。一貫毛織会社は、毛糸から毛織物まで一貫して製造する大資本メーカーのことで、その毛織物製品は会社物と称し、単色・無地物が多く、特約店契約をした元売卸商を通じて切売商・既製服卸商に卸売りされた。毛織物機屋は、尾州および泉州地区のような中小の毛織物機屋を指し、時流を汲んだ嗜好品・柄物を主として製織した。元売卸商は毛織物製造業者から提出された柄見本(6)によって切売商・既製服卸商から品質・色柄の指定注文をとり、これを製造業者に依頼して製織させるとともに、みずから市場の動向や流行の色・柄を判断し、見込み生産を行うことがある。⁽⁷⁾

元売卸商の次層段階である切売商は、おもに元売卸商から箱または反物で仕入れた羅紗の切売見本を自店で作成し、得意先である洋服商に配布、洋服商からの注文により切売する。切売商は、その取り扱い生地の種類によって紳士服地および婦人服地に分かれるが、戦前は紳士服地の切売を専業にする業者がほとんどであった。切売商は、常時多種多様な生地を取り揃えておかねばならず、相当な資金が必要であったといわれている。⁽⁸⁾箱物商は、直輸入商または元売卸商の輸入商品を箱入り反物のまま他の同業者(問屋)・切売商・既製品卸商などに仲介する者であった。⁽⁹⁾

洋服商は商が二割、工が八割といわれるほど仕立てに重心が置かれ、明治期には曲線の裁断・縫製に慣れているとして足袋職人が重用されたという。洋服商では自店内部あるいは外部下職に縫製を委託していたが、資金的には零細な商店も多かった。そのため、多くの洋服商では生地在庫はあまり持たず、客から受注の都度切売商に発注するケースがみられた。両者は「切売商は洋服商を唯一の販売先として商策を樹立し、また洋服商は切売商以外にその仕入先はなく、両者の円滑な取引続行は相互が存立する必須要件である」（日本服地卸業界史編纂委員、一九七九年、四三頁）とされる関係であった。

このような羅紗流通において、要に位置していたのは元売卸商であった。すなわち元売卸商の役割として、①毛織物のアイデアを決定する。②毛織物機屋に対しては生産指導を行う一方で、金融機能を提供する。③毛織物の価格決定における役割¹⁰などが挙げられ、毛織物の生産・流通構造の中核的機能を果たすものとされていた。

戦前の繊維流通における卸売業は、いくつかの点で他の卸業と際立った相違があったとされ¹¹、それは生地メーカーから最終段階の洋服商にいたる羅紗流通にも当てはまる。すなわち毛織物製造業者は需要調節とマーチャンダイジングを元売卸商に委ね¹²、洋服商はみずから洋服生地を企画し開発することはなかったと思われる。それゆえに卸売業が担う守備範囲は大きく、元売卸商に加え、切売商は市場で小口卸商として位置づけられた¹³。

二 羅紗商のプロフィールと商圏

つぎに戦前の羅紗業界の全貌を概観した『羅紗洋服商名鑑 再版』（南元秀吉編、一九二七年）、『全日本並滿州国 羅紗・洋服・製絨業者名鑑』（大喜多藻治郎編、一九三七年）を資料として前章で設定した一三〇店の大阪羅紗商のプロフィールを整理し、その実像をさぐる。また羅紗商の活動の場であった商圏の特長については、『大阪商工名録』各版、『東京市商工名鑑』（東京市商工課編、一九三五年）により検討し東京との比較を試みる。ただしいずれも調査年度が同一でない点、また一三〇全業者の資料が揃っていない点、大阪・東京の業者選定基準が異なるなど、問題点を指摘できる。しかし今回は、これらの資料に依拠し推量を交えた考察により趨勢の把握を行いたいと考える。なお、いずれも「元売卸商層」および「切売商層」に分別、また両者を比較して検討を行う。

(1) 羅紗商の実像

① 創業年¹⁴については、元売卸商層（三四店のうち二九店の事例）で明治期の創業がもっとも多く、続いて大正の順で昭和では一例のみである。創業時期は一八八三（明治一六）年から一九二八（昭和三）年にわたっている。切売商層（九六店のうち七〇店の事例）での創業は大正、明治、昭和の順でその時期は一八八二（明治一五）年から一九三二（昭和七）年に及んでいる。元売卸商層では一九一八（大正七）年から一九二〇（大正九）年に集中がみられ全体の三分の一近くがこの期間に

創業していた。切売商層では一九二二（大正元）年から一五（大正四）年、一七（大正六）年から一九三二年まで毎年一〜六店が創業しており、ことに一五年は最多であった。これは、一九一四（大正三）年の第一次世界大戦勃発をうけ、大戦景気に沸く社会背景を映したものと思われ、また元売卸商層で最多であった一九一八年は大戦終結後の好景気を予感したものと想像できる。大阪以外に本店をもつ商店が大阪に支店・出張所を開設したのは一九一七年から一九二〇年にかけてであり、それは大戦景気の余波から恐慌襲来までの時期と重なり、景気が販売拠点の拡大に影響を与えていたことがわかる。

② 取扱品目については、おもに一九二七（昭和二）年時点の二三〇店中一〇四店の調べである。各店の主たる品目はおおむね表2-1のように八種類に分けられる。元売卸商層では①羅紗あるは②羅紗と他の織物（綿や麻、羅紗以外の毛織物）を扱う業者が半数あり、羅紗の輸出入をもっぱらとした卸売業者もふくまれている。④の同製品とは既製服および外套類を指すが、いずれも次層を対象とした既製服卸売であると想定される。切売商層の内訳で羅紗卸とあるものは洋服商を対象とした着売りの切売商と同種業務内容であると推定できる。このように羅紗商の業容は多岐にわたっており、両層ともに取り扱い種目からみた商店の性格が同一ではないという点、商売の方法に得意分野を有している点も判明した。

表 2 - 1 羅紗商の取扱品目 (単位：業者数)

品目	㉚ 輸出入	① 羅紗卸	㉜ 切売	⑤ 箱売	⑥ 仲立	㉞ 羅紗+ 他織物	④ 羅紗+ 同製品	② 羅紗+ 注文服
元売卸商層	8	7	—	3	1	9	5	—
切売商層	1	27	27	2	1	6	3	4

③ 年商（一年間の総売上高）についても一九二七年時点であるが、元売却商層で八〇万円以上から一〇〇〇万円以上まで幅広く、百数十万円以上というものが最多であった。切売商層では二〇〇万円以上から五〇〇万円までと相当幅があるが、最多は五〇〇〜六〇〇万円であった。売り上げに対する利益は元売却商層で五〜一〇%¹⁵、切売商層では三〇%程度¹⁶とみられ、羅紗商として相当の利益を得ていたことが想像できる。たとえば切売商層に属している鷹岡商店（鷹岡覺之助）は一九二五（大正一四）年の直接国税納額が二万一九三八円であったとして、「大阪府主要多額納税者番附」西の前頭にランク付けされている¹⁷。また同店同年の営業収益税は三〇六四円¹⁸であるところから、事業において大きな収益をあげていたと考えられる。事業規模を資本金からみると、元売却商層で一〇〇万円前後が最多、切売商層でもそれに近い金額を示しており、法人化を行っている企業では大商業（資本金一〇万円以上¹⁹）に位置づけられる羅紗商もみられた。

④ 従業員数も前記と同様、一九二七年時点の数字であるが、元売却商層で三〜五〇人、三人は中立業（仲間売）のケースであり、一〇数人から二〇人が平均帯であった。切売商層では二人から三〇余人、洋服兼業の場合は工手もふくめて五〇人というケースも

表 2 - 2 羅紗商の店舗立地 (単位：業者数)

区 分	元売却商層	切売商層	計
船 場	22	27	49
上町	谷 町 筋	6	16
	大手通周辺	6	46
	上 町 計	12	56
東 区 以 外	0	13	13
計	34	96	130

あるが、七〇人が平均帯であった。これは大阪における代表的な商店として同時期に調査された呉服店および薬業商の従業員数をわずかに上回る規模⁽²¹⁾であり、両業種と拮抗する店勢を張っていたと考えられる。

⑤ 立地については、一九三三（昭和八）年現在の羅紗商の営業所所在地を船場、上町（東横堀川以東）および旧東区以外に分類し、かつ上町を谷町筋と大手通周辺に分け、表2―2を作成した。それによると、元売卸商層では六五％が船場、残りの三五％は上町は立地している。⁽²⁴⁾一方切売商層では船場よりも上町、ことに東横堀川から以東、谷町筋までの大手通を中心とした地域に五〇％近くが立地していた。またこの地区では同番地に二商店が立ち並ぶ例が切売商層で六例存在し、羅紗の店が櫛比していた様子がうかがえる。谷町筋にも同番地二店舗例があり、従来羅紗の船場と呼び慣らわされていたとはいえ、切売商層にかぎってはむしろ上町が主になっていたことがわかる。

(2) 商圏と特長

本稿での商圏は、卸売業が商取引の勢力範囲としている地域―卸売商圏の意味で用いている。まず『大阪商工名録 明治四四年』（大阪商業会議所編、一九一一年）により大阪羅紗商の成立期の商圏をみると、元売卸商層では大阪・京都・名古屋・東京・清国・満州・朝鮮・台湾・樺太・西比利亜・沿海州（原文表記のまま）などが販売先として挙げられ、すでに東アジアを中心とした海外に販路をもっていたことが示されている。昭和戦前期になると、『大阪商工名録 昭和一二年版』（武田鼎一編、一九三六年）により、元売卸商層では前記に加え国内では関西全般・中国・四国・

九州・東海・北陸・北海道・などほぼ国内全域をカバーし、海外ではインド・インドネシア・マレーシア・フィリピン・シンガポール・アフリカ・中部ヨーロッパ・スカンジナビア・中央アメリカ・南アメリカ（筆者注：現在の国名・地域名で表記）などを販売先としていることがわかる。切売商層では国内を中心に、中国・満州・朝鮮・台湾・樺太・南洋（旧日本委任統治領）などに進出している。海外との取引は、直接輸出入あるいは間接取引があり、アジア地域への販売では支店・出張所を持つケースのほか、出張販売も積極的に行われていた。

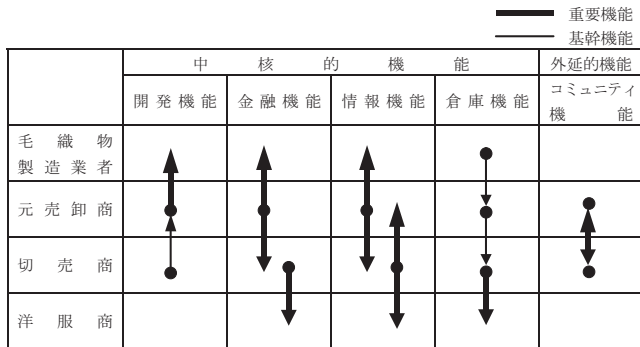
一方、東京の状態を『東京市商工名鑑「第六回」「昭和一〇年」』（東京市商工課編、一九三五年）⁽²⁵⁾でみると、元売卸商層・切売商層ともに東京を中心とした国内、海外では中国・満州・朝鮮・台湾・樺太・南洋を主たる販売先に行っていたことが記されている。これら東西両資料の比較から、大阪の羅紗商の商圏は関西・九州をふくむ西日本を最重点地域として、また海外では満州・朝鮮・台湾などアジアを中心に、アフリカ・北欧・南アメリカにまで販路を拡大していったことがわかる。東京羅紗商においては東日本を中心に旧植民地に販路を確保していたことが確認できたが、商圏は大阪に比べてやや狭小といえる。とくに満州については圧倒的に大阪勢の進出が目立っている。このアジア進出は、名古屋・東京に比べ大陸との地利的な関係⁽²⁶⁾、すなわち顧客・店員の往来から商品の輸送等絶対条件に恵まれていたためと考えられる。加えて川口華商・神戸のインド商館など⁽²⁷⁾アジアむけ外国商社の存在が近くにあったこと、そして何よりも得意先とする多くの邦人羅紗商や洋服商が当時の植民地に存在していたことが、在阪羅紗商の目をアジアにむけさせたといえる。

三 羅紗商の活動と機能

羅紗商の前述のような活動は、どのような機能によって支えられていたのだろうか。これまでの考察を通じて、昭和戦前期の市場組織における羅紗商の機能は、つぎのように整理することができよう。すなわち、卸売業の中核的機能を掌るものとして、①開発機能②金融機能③情報機能④倉庫機能に要約し、地域特性にかかわる外延的機能としてコミュニティ機能の設定が可能である。開発機能とは製品の企画とその生産体制の確立および販売の仕組みを創り出す働き、金融機能とは生産者、顧客に対する資金供給、信用供与および経営指導を指し、情報機能とは市場動向の把握と生産者・顧客への情報伝達、商品提示、需要創造までを包含するものとし、倉庫機能とは商品の品揃え、備蓄、集荷・配送までもふくめた物流を想定している。またコミュニティ機能は自治・風習などで強く結びついた共同体としての地域社会を意味している。

これらの機能を羅紗流通経路における各段階に当てはめ、生産業者（毛織物製造業者）、卸売業者（元売卸商層、切売商層）、小売業者（洋服商）におけるそれぞれの相対的な役割度合を示した

図 2 - 2 羅紗商の機能



ものが図2-2である。すなわち開発機能は羅紗・毛織物流通におけるもっとも重要な機能であるが、価格決定への元売卸商の関与が大きいという実態から、同層の重要機能と位置づけた。金融機能は元売卸商層にとっては毛織物製造業者・切売商双方に対する支援行為として、切売商からは洋服商に対する金融支援が重要になっている。情報機能は、元売卸商から毛織物製造業者と切売商へ、切売商からは元売卸商と洋服商の両方への働きかけがなされている。倉庫機能は洋服商が希望する商品の品揃え、あるいは売りたい商品の確保など、切売商層の重要な機能となっている。コミュニティ機能については、職業と地域の結びついた社会集団・まちまでも想定できる。このような機能の考察から、羅紗商は金融支援・倉庫確保の点から創業の容易さには乏しいが、専門知識やアイデア、時流を読む特性が求められ、地域においては内発的なコミュニティを展開する働きをもっていたといえよう。なお、これらの機能を働かせる前提として、羅紗商が所在するまちが重要条件であることはいうまでもない。

以上、かざられた資料からではあるが、羅紗商の諸相およびその業態と機能を特長づければ、第一に大阪羅紗商の活動における業態・業容の柔軟性・多様性から生みだされるであろうエネルギーを挙げることができる。第二にはアジア市場と緊密に結びつき、近代商工業都市・大阪を支え、かつ羅紗商みずからが日常的に国を超えた視点が持ち得たこと、第三に店舗立地における上町、とりわけ大手通周辺と羅紗商のかかわりに、特長ある地域社会の形成が期待できるのではないかと思われる点である。大阪羅紗商のこのようなあり方とおして、戦前期大阪のベンチャー・ビジネスの側面をみることができるといえよう。

(注)

- (1) 一九二五(大正一四)年初夏の銀座通行人調査での和洋服比率では、男性は洋服六七に対し和服三三、女性には洋服一に対し和服九九であり(今和次郎、一九九三年、一〇四〜一〇七頁)、男性の洋服着用が外出用・ビジネス用として進行していたことがわかる。この時代、洋装化が遅々として進まない理由について、中込省三は封建社会時代からの身分制度意識―「(身)分に応じた服装」であるべき―が障害となっており、高価な羅紗製である洋服が、各階層の人びとに容易に受け入れられなかったと分析している(中込省三、一九七五年、五六〜五九頁)。
- (2) 伊東光太郎、一九五七年、一三八〜一四〇頁。
- (3) 通商産業大臣官房調査統計部編、一九五一年、三五頁、「戦前のラシヤ、背広服地の流通経路」参照。
- (4) 前掲書(2)、一四〇〜一四二頁。
- (5) 前掲書(3)、三六頁。
- (6) 一枚の生地を縦横に枠どりし、一枠ごとに色糸を変えて色調を変化させ、色・柄の見本としたもの。第三章・写真3-1参照。
- (7) 前掲書(3)、三五頁。
- (8) 前掲書(2)、一四〇頁。
- (9) 前掲書(3)、三六頁。
- (10) 毛織物の価格決定は、製品が織り上り引き渡される段階で毛織物製造業者と元売卸商の間で最終的な値決めが行われる「あと値決め」の慣習である。そのため、とりわけ中小毛織物機屋との関係では元売卸商の立場が強まることがある(大阪府立商工経済研究所編、一九六四年、六〜七頁)。
- (11) 東京繊維協会編、一九六九年、一三〜一四頁。
- (12) 繊維流通は経路が長いため、需給調節は大きなリスクをとまなっている。したがって需給調節権を持つも

のは、流通のリーダーシップの掌握など決定的な意義をもっている。また織布業者は生産のみに注意を払って、その製品の市場性を検討するゆとりもなかった。そのため卸業売者は、生産活動はメーカーに委ねてきたが、商品を企画し、規格を指図し、製品を検品するという活動を行ってきた(同右書(11)、七九〜八二頁)。

(13) 前掲書(3)、三二六頁。

(14) 商社系の業者については羅紗部が創設された年、本社が大阪以外にある業者については大阪に支社・出張所が開設された年を創業年とした。なお資料の都合上、一九三二年までの創業に限定した。

(15) 前掲書(3)、三七七頁。

(16) 洋服の仕立代と利益の高さに比べ、洋服生地の利益三割は、見本の制作費をふくめても妥当だとしている。

(〔読売新聞〕一九二九年四月四日)。

(17) 一〇〇周年記念社史編集委員会編、一九八五年、一四九頁。

(18) 高柳松一郎編、一九二五年、一七八頁。

(19) 一九三五(昭和一〇)年現在、大阪の商業はその九八%が中小商業であるとし、大商業(資本金一〇万円以上)二%、中商業(同一〇万円未満)一〇%、小商業(同一万円未満)八八%と分類している(大阪市役所編、一九五一年、一六〜一七頁)。

(20) 商社系の業者については羅紗部門の従業員数。

(21) 大阪社会部調査課編「本市に於ける呉服店員の生活と労働」、「本市に於ける菓業商店員の生活と労働」、一九二八年の両資料から、羅紗切売商に該当する「卸小売」「卸売」業における一商店あたりの店員数を算出し比較した。

(22) 一九三三(昭和八)年、大阪羅紗卸商業組合設立認可にあたり、組合員の資格を有するものとして大阪市長に届けられた羅紗業者名簿の住所。

(23) 本章では戦前の住所表記で、大阪市東区のうち東西は大手通り一〜二丁目を中心に北は京橋二・三丁目、

南は南農人町までのエリアを大手通周辺とした。

(24) メルボ紳士服編『羅紗・洋服百年の歩み―大阪紳士服業沿革史―』、一九七〇年、一二四頁にも同様の指摘があり参考にした。

(25) 東京羅紗卸問屋商業組合員五店、東京羅紗商組合員一店、東京羅紗卸商業組合員二〇店の資料（いずれも昭和一二年現在の組合員）を得た（東京市商工課編、一九三五年）。

(26) 昭和戦前期、大阪の対滿華貿易において、神戸・横浜を凌ぎ輸出入総額が第一位を占めているのは、その地利的関係からであるとしている（大阪市役所編、一九五一年、一七頁）。

(27) 一例として「昭和初期以降、毛織物の対滿州、関東州向けは川口華商の取り扱が多く、大連、奉天に出張所を開設する機運になった。インド方面の輸出は（神戸支店の関係の）印度商館や高島屋飯田などの商社を通じた」（辻新三郎編、一九六三年、五六～五七頁）ことが挙げられる。

(28) 在外羅紗商組合は台湾・京城・大連・奉天で組織されていた（大喜多藻治郎編、一九三七年、四〇～四二頁）。

(29) 前掲書（11）、二七～三三頁「繊維卸企業のもつ機能」に依拠し、昭和戦前期羅紗業界の特長を勘案し要約した。

第三章

羅紗商の商業活動と紳士服の流行戦略

一 都市の近代化と紳士服

羅紗商の活動を支える機能として、第二章では開発・金融・情報・倉庫・コミュニティの各機能を設定した。そのなかで、羅紗商にとっての情報機能とは、「市場動向の把握と生産者・顧客への情報伝達、商品提示、需要創造までを包含するもの」とし、その商業活動がとりわけ元売卸商ならびに切売商にとっての重要機能であることを示唆した。本章では、羅紗販売の最前線として、洋服商と日常的に直接かかわりをもつ羅紗切売商の商策を情報機能とみなし、その商業活動の仕組みを紳士服の流行との関連でみていきたい。

(1) 近代化時代の服装環境

最初に、本稿での都市近代化とはどのような特徴をもつ時代を指すのかをみると、この期間における大阪は、一九二一（大正一〇）年からの第一次都市計画事業の着手に続き、一九二五（大正一四）年四月の第二次市域拡張によって、二〇〇万人をこえる人口と面積をもつ日本最大の都市になった。いわゆる「大大阪」の誕生である。そしてこの時期、大阪あるいは日本の大都市では近代社会に適合する都市の改編が行われ、都市に近代（モダン）が実現し、その土壌の上にモダニズムが広まった^{〔1〕}。御堂筋・地下鉄の整備は「モダン大阪の粋」と呼ばれ、人びとの生活様式や生活意識の近代化が進み、なおかつモダン生活の先導を担うようになったのは、サラリーマン層・教員や公務員

など、この時期に大きな社会層に成長した都市中間層であった。^②

つぎに服装環境からその特徴をみると、①モガ・モボの出現、②大呉服店の百貨店化と洋服部の設置、③ファッション・ジャーナリズムの台頭などが挙げられよう。大正末期から昭和初期にかけての流行語となったモダンボーイ・モダンガールは時代の先端を行くスタイルの象徴とされ、一面西洋かぶれの軽薄な男女を指すといわれた。しかし山高帽子にセイラーズボン・ロイド眼鏡・舶来ステッキのキザなモボスタイル、ショートスカートに断髪のモガスタイル^③で東京銀座や大阪心斎橋筋に出没した彼らのすがたは、洋服の尖端的モダン生活をイメージづけたばかりでなく、大都會を中心とした大衆文化のあらわれともみられたのである。

また、大正期以降顕著になった都市への人口集中とサラリーマン層の増大を反映して、大手呉服店が続々と百貨店業に進出した。大阪では大丸・高島屋・三越・そごうなどがそれまでの座売りを廃し、陳列・土足方式を採用するようになった。このような百貨店化の過程で顧客層を拡大する必要から、呉服以外の取り扱い商品の拡大がはかられ、そのひとつとして洋服部が設置された。一九二九（昭和四）年には世界初のタミナルデパート阪急が開業したが、ここでも紳士服が取り扱われ、他業種である三省堂・美津濃・伊東屋・資生堂などが洋服部を新設するなど、洋服譚えの窓口は拡大していった。^④

洋服に関する刊行物は、明治以来ほとんどが裁縫、裁断など技術解説を主テーマとしたもので占められていた。一九三〇年代になると洋装に関する世界の新しい傾向を紹介し、流行を論じる一般雑誌および洋服商向け情報誌が刊行されるなど、服飾の文化的な視点を評価する動きがみられるよ

うになった。しかし昭和初期の服装事情は「出ては洋服、家では和服、礼装も紋付袴にモーニング、フロックと恐ろしく不経済な二重生活時代、安月給では年中洋服代に追はれお陰でサラリー袋は空にならうと云う時代」（『読売新聞』一九二七年四月四日）と嘆かれたように、和洋装の二重生活が一般的で、そのうえ洋服一着がサラリーマンの初任給一カ月分であったという。ほとんどが注文服であった当時、洋服は裏返して仕立て直されるほど貴重なものであった。このような服装事情を前提として、以下では「流行」と紳士用洋服のかかわり、とりわけ紳士服の素材としての「羅紗」の位置づけについて考察を行う。

（2）紳士服と流行

本稿での「流行」とは、服飾を中心に生活行動のさまざまな面において、ある価値観に基づく共有現象が、少数の集団から多数のそれへと移行していくプロセス⁶、すなわちファッションの同意語として用いている。日本での洋服の導入は、明治初年の軍服と官服、礼装からはじまった。そのため「洋服」の呼称は主として男子用洋服に用いられ、それよりも高級な服装であるという印象を与えるためにつくられたことばが「紳士服」である。ここでは一般成年男子の着る洋服類という解釈で、背広の上下服、背広の組み合わせ服、礼装、外套のことを指している。戦前期まで、これらの紳士服はすべて英国の伝統と習慣を基本として考えられ、そのデザイン形式も着方もまったく英国式であり、型もそれほど急激に変化することはなかった⁶という。紳士服が市民服として定着の兆しをみせるのは、第一次世界大戦景気に沸く文化生活志向のなかであり、男性が通常用いるようになって

た紳士服が背広服―スーツであった。二〇世紀に入りその機能性の高さから世界中の紳士服の代名詞として普及をみるにいたった。紳士服の種類は、一九三七年発行の『洋装読本』（木村慶市、慶文社）によれば勅任官大礼服からチョッキまで九一のスタイルにまとめられている。また同書では「洋服着装心得」いわゆるドレスコードが乗馬服・遊船服にいたるまで細かく定められていた。⁷⁾ 現在のように背広があればかなりの場面で対応できるというものではなく、いわば着用機会で素材・デザインが規定されていたものが当時の紳士服であったといえよう。

柳洋子は、素材とデザインと流行の關係について衣構造の観点から、衣とはパターン形式とスタイル様式を具有する生活財で、パターンはいわば原型そのものであり、スタイルは原型を土台にした全体像である。スタイルは、裁断技術、縫製技術によってだけでなく、布地、つまり素材や材料によっても構成される。いわば流行はこのスタイルの受容を前提に成り立つ社会現象である。つまり、スタイルはデザインのみが構築できるものでなく、素材の段階から布地までの全過程が決め手になり得る点が洋服にとって重要であると指摘している。⁸⁾ 紳士服についていえば、素材の段階ではすでに用途が明らかになり、適切な生地を選択とデザインにより洋服を主体にした衣生活スタイルが確立されて、流行が成り立つということであろう。

(3) 紳士服に占める服地―羅紗の位置づけ

わが国における紳士服の発展過程において、服地はどのような位置づけで展開されたのだろうか。日露戦争以前は贅沢品といわれた洋服が、日常用に変化するにおよび、洋服の美術的進化が唱えら

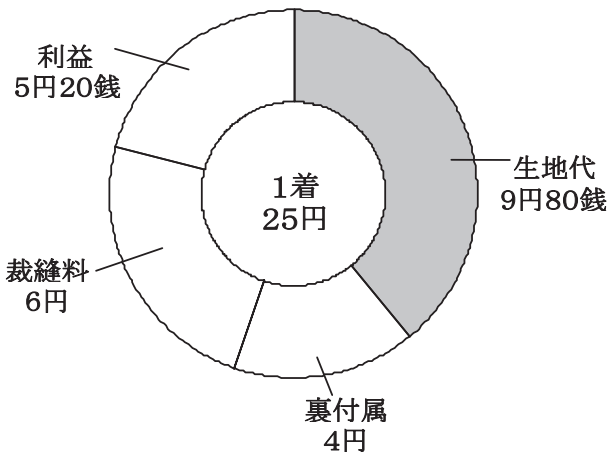
れるようになった。それをうけた洋服業界では、裁縫・裁断技術に関する各種の教育機関を強化し、あわせて洋服調製の手際、精緻さ、巧妙さなどに美的な価値を求めようになった。⁽⁹⁾このような優れた技術へのこだわりから、洋服は「服地より仕立て」という風潮が大正時代を通じて支配的であった。そして洋服調製の技術面が進み服種が増えなおかつ一般の洋服着用が増加すると、紳士服のポイントは「デザインよりも服地」へと移行する。腕の良い洋服商が服地のよさを生かし細心の仕立てをすればよかった。すなわち、原型としての変化が見えにくい紳士服のイメージを左右する最大の要素として、服地がクローズアップされる。

大正末期以来の不況からようやく回復の光がみえはじめた一九三〇年代半ば近く、モボ・モガの軌跡をなぞるように、いわゆる流行が意識的に語られるようになる。新時代のライフスタイルをテーマにした宇野千代編集の『スタイル』（スタイル社）誌、米英誌からの服飾情報を紹介した『世界の流行』（日本洋装協会）誌が一般読者向けに刊行される一方で、紳士服関連の洋服業界向け啓蒙誌『テイラー』⁽¹⁰⁾（洋装研究社）誌が発行された。これらの雑誌は紳士服のデザイン提案や流行の動向が流行記事作家たちにより積極的に発表される場になった。すなわち「服地とデザインのコーディネート」が流行記事作家たちによって論じられ、流行の大衆化を援護した。しかしデザイナーはまだ不在で、海外のスタイルがそのまま紹介された。

このような紳士服における服地の価値を別の切り口から検討する手段として、一九三一〜二年頃の紳士服一着分の料金を占める服地代の割合を推定してみた。⁽¹¹⁾その試算によると、国産羅紗使用の場合、仕立て代（裁縫料）二四％に対し約四〇％が生地代、英国製生地使用の場合にいたっては四

○〇六〇%を生地代が占めることになり、費用面からみた注文紳士服の生地代のウエイトが非常に高いことがわかった。このように紳士服での服地の価値は、こんにちでは思い及ばないほど高いものであった。換言すれば、服地の色合いや柄・風合いが流行を発信する力を持っていたといえる。これらの考察をとおして、服地のトレンドと紳士服の流行が不可分の関係にあるということが確認できるのである。戦前の紳士服の発展過程においては、服地の価値が流行の顕在化とともに一層増大していったと考えられ、羅紗を専門的に扱う切売商の商業活動のあり方が、紳士服の流行を考えるうえで重要になってくるのである。

図3-1 注文紳士服に占める服地代（1931~1932年頃）

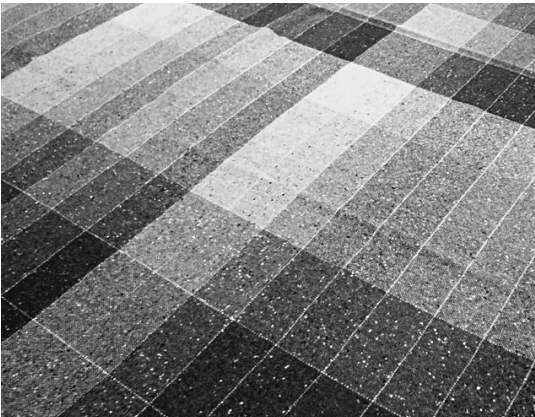


(出所) 小田喜代治、1985年、298頁より作図。

二 エージェントとしての切売商と羅紗の商品化

前述のような流行性向を持つ紳士服を扱う洋服商に対して、羅紗商なかでもとくに洋服商の取引相手である切売商はどのような商業活動を行い、それは紳士服の流行にどのようなつながるのだろうか。羅紗商の商業活動をのべるにあたり、最初に羅紗商が扱う「羅紗」の商品特性についてまとめてみたい。昭和戦前期までの紳士服に仕立てられる羅紗はほとんどが天然繊維で、羅紗一反の長さはメーカーによって異なるが、おおむね六〇メートル、幅は一五二センチ程度で、二〇着分が一反といわれていた。一般的に衣服としての繊維製品に必要な特性に、多様性・流行性・季節性・素材性が挙げられるが、これらに加え羅紗は保温性・防水性に富み軽量で加工しやすく、洋服地としての適性に優れているといえる。また注文服にエンドユーザーが求める格調、あるいは人格をあらわす手段としての洋服に対する思い入れから、素材性への関心がことのほか強

写真 3-1 栞見本（戦後使用された一例）

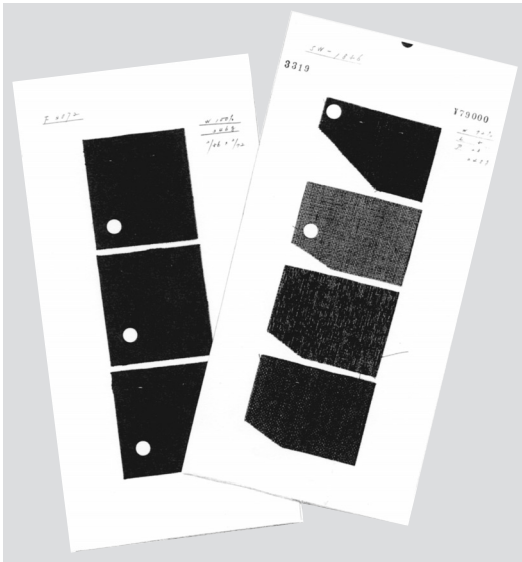


資料提供：深喜毛織株式会社

く、手触り・風合い・高級感などが重要視される。

つぎに洋服生地としての羅紗が、製造から注文紳士服のエンドユーザーにいたる過程においてどのような仕組みで商品化されるのか、国産羅紗の例で確認する。まず毛織物製造業者から元売卸商の要望を組み入れながら織り上げた枴見本（写真3-1）が提出される。そこに示された100通り程度のパターンのなかから、元売卸商が商品化したい数パターンを選定し、切売商むけの販売パターンサンプル（写真3-2）を作成する。切売商はその中から時流にあったものを、販売できる見込みのあるものを選定し、一反単位で発注する。元売卸商では各切売商からの注文反数をまとめ、製織にかける。織り上がった現反を受け取った切売商は、その一部を使用して洋服商用の切売見本（写真3-3）（関西ではパターン見本、関東では発行見本と呼ばれるが、以下では切売見本と表記）を自作で作成し洋服商に配布する。洋

写真3-2 販売パターンサンプル
（戦後使用された一例）

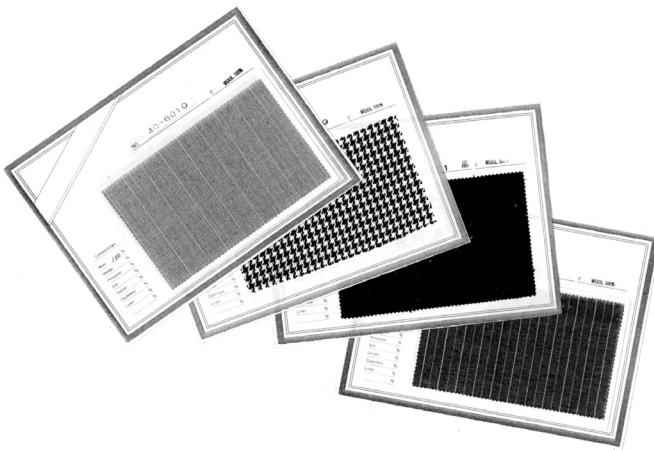


資料提供：藤井善株式会社

服商は、この切売見本から切売商のアドバイスを参考に、必要な生地を一着分ずつ注文し、エンドユーザーにはこの現物、場合によっては切売見本で客に生地を勧める。このような流れのなかで、まず元売卸商が拵ぎめにより商品化の大枠を決め、つぎに切売商がサンプルを選んで元売卸商へ発注するが、この時点でサンプルは絞られ、商品化される羅紗が決まることになる。

この一連の過程をみると、切売商の商品化にかかわる役割が決して小さいものではなく、洋服商やユーザーに先行して流行を方向づけることができる立場にあることがわかる。切売商は元売卸商と洋服商の間において効率的に需要と供給のバランスをとる役割をもつもの、すなわち生産と販売のエージェントとしての機能に加え、流行を誘導する働きも内包していたと考えられ、これらの仕組みは羅紗商の商業活動の特徴的な点であるといえよう。

写真3—3 戦後使用された切売見本（パターン見本）の一例



資料提供：大阪服地卸商協同組合

三 切売見本と流行へのアプローチ

(1) 商業としての切売見本の働き

切売商が洋服商への販売の際に使用する切売見本は、一八八七（明治二〇）年頃、東京の大倉組絨店（現在の大成建設株式会社の源流）が厚紙の台紙に在庫の小切れを貼り、値段を記入して得意先へ配布したのが元祖であるといわれている。¹³大阪では、鷹岡商店が一八九四（明治二七）年にそれまでの綴り見本から一枚の台紙に何色かの見本布を貼りつけ、トレードマークを印刷した切売見本に改良したとされている。¹⁴

切売見本の形態は東西によって異なるほか、各店によっても特徴があるが、おおむね一枚の台紙に上部にだけ糊づけした一種類から数種類の羅紗の現物見本を貼りつけ、品名・品番・価格（洋服商への引渡し価格）、切売商店名およびトレードマーク等を記入したものである。貼りつけられた見本の羅紗からは、色柄はもちろん風合い・腰・艶・手触りやニオイまでも知ることができ、羅紗の特性を見事に活かしたサンプルになっている。切売商は元売卸商・洋服商との日常取引において現物の質感や手触りをことのほか重要視した。羅紗を親指、人差し指と中指で揉むように触れてその良し悪しや注文品への向き不向きを判断する羅紗の目利きを自任していたという。切売見本は冬物・春夏物ごとに年二回作成し、得意先の洋服商に配布する。その方法は関東では全国の得意先へ直送することが多く、少ない店で数十部から多い店で一〇〇〇部近くが必要であった。切売見本は

多大な労力と費用が必要なため、大阪では有力切売商が中心となって作成し、配布方法も東京と比べ出張販売と称して直接届けることが多かったようである。自店で見本を発行しない小規模店や仲間売りの同業者は、有力切売商が作成した見本を用いて得意先を訪問していた。

切売商は店で客を待っているは成り立たない。店主や店員は得意先である全国の洋服商に向き販売を行う。このような切売商の商業活動は、配置売薬業（現在では配置家庭薬業）と共通する情報営業として考えることができる。たとえば富山の配置売薬業では「先用後利」を商法として、懸帳ばちように記された得意先を訪問して薬を預け、後日訪問した際に使われた薬を補充し、その分の代金を回収するという販売システムをとっている。彼らは地域の初期医療に必要な情報伝達を担当したばかりでなく、得意先の種々の相談事に取り、農業の新知識や技術を伝えることもあった。とりわけ、売薬進物（古くは版画、子供用には紙風船などの贈り物）は人気があり、庶民の娯楽や生活に必要な情報を運ぶ役割が期待されていた。すなわち、広い意味での生活文化の先達者であったといわれている。⁽¹⁶⁾

一方、切売商は販売と生産の仲介者として存在し、冬物・春夏物の見本発行時、少なくとも年二回は全国の得意先を訪問する。そして需要動向や供給見通し・価格折衝・流行動向などを洋服商に伝達し商談をまとめる。切売商はシーズンに仕入れた羅紗は万策を施して売り切らねばならない。仕入れる羅紗の選定は最大の商機であるとともに、売りたい色柄を選択し流行を誘導できるチャンスでもあった。切売商には羅紗を扱う経験則と時流を読む勘が不可欠であった。そのような点から、切売見本を使用している切売商の商業活動は、紳士服の流行創造へのアプローチであったといえよう。

ことに大阪の切売商が見本の送りつけでなく、遠方に対しても訪問・対面販売を基本にしていたところに、配置売薬業と共通する現場主義の伝統のあらわれをみることができる。

(2) 羅紗商の流行提示

以上でみてきたように、大正から昭和戦前期の紳士服の流行は、生地の種類・色柄、素材感に依拠するウエイトが大きかったといえる。生地を供給する羅紗商側、ことに切売商は洋服商や百貨店の洋服部が販売先で消費者に近い立場にあり、また輸入羅紗の参考資料を豊富にもつ商店もあって、紳士服の流行を先取りする商品の開発や切売見本を介しての合理的な営業活動が可能であった。

実際、紳士服の流行過程と服地供給の展開を対応させると、関連の社史等から両者の相呼応した傾向を読み取ることができる。明治期、羅紗のほとんどを輸入に依存していた時期は黒・紺の無地羅紗が主で縞物・柄物も入っていたが生地の種類も少なく、したがって仕立てが重んじられた時期と想定できる。大正期から昭和初期にかけてもまだ上級品はほとんど輸入に頼っており、欧米の流行生地がそのままわが国でも流行生地として用いられたと考えられる。背広用服地やオーバー地としてモヘヤ生地、カシミア織夏服などの特徴ある製品が輸入され、色もミックス調のものが提供されはじめた。昭和初期以降は尾州や泉州の先進的機屋と結びついた有力切売商のバックアップにより、柄物を中心とした高級羅紗が生産されるようになり、英国品と遜色のない紳士用服地が市場に供給され、流行の大衆化を支えた。紳士服用羅紗の種類も一九三七年には八五品目を数えるまでに⁽¹⁹⁾なった。これに色の違いを含めれば多くのバリエーションが用意されることになり、羅紗商による

紳士服の流行提示は、服地選択の幅がひろがった点からも十分可能であったと考えられる。

もっとも紳士服の色やスタイルは嗜好・趣味など感覚的な要因に加え、たとえば好景気時には茶色のはやり不景気時には鼠色がはやるといふジンクス、あるいは第一次世界大戦時に羅紗の高騰により上着丈が短くなり、それが流行となつて昭和前期まで続いたといふ経済的な制約が流行を方向づける場合もあつた。⁽²⁰⁾

四 羅紗商の情報機能と商業活動の役割

(1) 切売商の情報授受

ところで切売商は流行を予見する目をどのようにして獲得しようとしたのだろうか。大正初年以來、元売卸商層を中心に買いつけや視察でヨーロッパを訪問した例は多い。切売商層では前章で述べたように旧満州を中心に外地に多くの得意先を持っていたところから、洋装に関する審美眼が鍛えられる機会が多かつたと考えることもできる。基本的には元売卸商からの情報に加え、切売商の直接の売り先である洋服商での最終消費市場に結びつく情報収集が重要であつた。また、百貨店の洋服売り場を流行の先兵と見立てマークするケース、あるいは番頭クラスのなかには外国の服飾雑誌を講読する者もあつたといふ。⁽²¹⁾百貨店からは商品上のアドバイスのほか、配達する丁稚の服装を従来の厚司に下駄履きから詰襟の洋服に変えさせるなど、⁽²²⁾百貨店との取引では得るものが多かつた

といわれている。

一方、切売商の行った情報提供として、ハウスオーガンによる自店のPRがある。新製品・流行柄や色の紹介、展示会の案内などを内容としたパンフレットで、東京では数店の切売商が、関西では切売商・竹馬商店から同様のハウスオーガンが刊行されていたことが確認できる。またエンドユーザー向けPRとして特筆されるものが雑誌への広告掲載である。以前から優良国産羅紗の製品開発に取り組んでいた有力切売商は、舶来羅紗に遜色のない製品が生産されるようになると、チョップブランド（商品名の登録商標）を用いるようになっていた。このチョップブランドにより羅紗の商品広告が一層活発になり、たとえば雑誌『スタイル』

写真3-4 『スタイル』誌にみる羅紗商の広告（1936~1937年）



左から「リファインテックス」（竹馬商店）、
「エーワンテックス」「ファンシーテックス」（鷹岡商店）、
「ヴォーグテックス」（ストック商会）。

誌への広告掲載が一九三六年（昭和一一）年六月の創刊から継続して実施された。同誌はおしゃれ、音楽、映画、随筆など当時の斬新なテーマで読者対象も女性とは限定せず、「メンズズウェア」「男の流行」などのテーマで先端的な男性を読者に取り込んでいた。それまでに存在しなかった新しい編集・表現に紳士服地のテイストを重ね合わせた東西の切売商は、積極的に羅紗の広告展開を行ったのである。内容は大多数がチョップブランドのイメージ定着を意図したものであり、素材製品を流し商品に押し上げる画期的な試みであった。

（2）切売商の商業活動の役割

以上のような羅紗商の活動をみると、服地をとおした紳士服の流行の方向づけに羅紗商の意図・関与が認められると考えるとよいだろう。しかし一九三九（昭和一四）年の自主的配給統制を前に、各店は切売見本の発行を停止し自由な情報提供は中断される。翌四〇年一月からは国民服令により、礼服から作業服まで一切が国民服に統合され、「紳士服の流行」は終焉を迎えることになった。明治初頭以来羅紗商が蓄積してきた商業活動は凍結され、戦後の再生を待つことになる。

戦前にあって、羅紗商の商業活動の目的は洋服商への支援という面が大きかった。多くの洋服商は紳士服にデザインは不要、腕のよい職人が着心地のよい服をつくることが第一義であると考えていた。一方当時の流行に対する考えは流行記事作家たちでさえ「大衆の要求によって自然的に発生するもの」⁽²³⁾であり、流行は大衆が作るという考えであった。しかし当時の一般大衆が洋服を十分理解していたとはいえ、その知識もまた不十分であった。この現実を踏まえ、羅紗商は洋服商に対

し紳士服の流行を提示するサポーターいわば服飾のトレンドセッターの役割を担ったのである。実際にはこの支援は、生産と販売のエージェント役としての羅紗商本来の商業活動からはやや距離を置くものにならざるを得ず、また洋服商を介してのユーザーへの働きかけである点に羅紗商の情報機能の限界が感じられるのである。とはいえ、羅紗商という商業者集団による、高度な商品知識や経験をおしての独特の商業活動は、服地提供をもっぱらとしつより都市的な生活様式を全国に伝播させることになったという意味で、近代化の文化的な役割りがみられたと考えられよう。

(注)

- (1) 芝村篤樹「モダン大阪の成立と展開」『大阪春秋』一〇二号、二〇〇一年、一二頁。
- (2) 芝村篤樹、一九九九年、三二頁。
- (3) 石川弘義ほか編、一九九一年、七八六頁。
- (4) 一〇〇周年記念社史編集委員会編、一九八五年、七六頁。
- (5) 文化出版局編、一九七九年、七一八頁。
- (6) 服装文化協会編、一九八六年、四八二頁。
- (7) 木村慶市、一九三七年、目次および九四〜一〇〇頁。著者は東京の切売商・ストック商会の社長でファッション情報の先覚者といわれ、ほかに『裁断研究』（日本毛織物新報社、一九二六年）、『英和洋装辞典』（慶文社、一九三二年）などの著作がある。
- (8) 柳洋子、一九七八年、一一四〜一一五頁、および柳洋子「解説・総説 服飾」、一九八六年、五三〇頁。

- (9) 大阪洋服商同業組合編、一九三〇年、一八六〜一八八頁。
- (10) 『テイラー』誌は、大阪で古い歴史をもつ技術専門雑誌『洋裁研究』を改題し、一九三五年に大阪の洋服商・松崎の創業者松崎助治郎（ペンネームは松崎祐治郎）が創刊した。内容は裁断・縫製にとどまらず、流行・エッセイなどをおして洋服業界の人材育成をはかったユニークなもの。
- (11) 谷長二（銀座伊東屋主任）、西谷一男（『洋装』主幹）、芹葉輝夫、原奎一郎らが『スタイル』誌、『テイラー』誌に紳士服に関して積極的な寄稿を行っている。とくに谷はシリーズ記事「スマートエコノミー」を『スタイル』誌の創刊以来連載している。
- (12) 小田喜代治、一九八五年、二九八頁。
- (13) 日本服地卸業界史編纂委員、一九七九年、二三頁。
- (14) 前掲書(4)、二四頁。
- (15) 見本マークを保持する大阪の羅紗切売商は、左記の三〇店が確認されている。（昭和初期）（順不同）
- 山幸羅紗店 五月屋羅紗店 平野屋羅紗店 鷹岡羅紗店 新庄屋絨店 富屋／鳴神羅紗店 伊部羅紗店 鎌倉羅紗店 木村谷羅紗店 室谷羅紗店 梅村衡平商店 吉村羅紗店 谷重羅紗店 山内羅紗店 有本商店羅紗部 大瀧羅紗店大阪支店 山田静羅紗店 中川豊次郎商店 宮谷春商店 片山礦絨店 古川羅紗店（柴田武治編「全国羅紗商見本マーク集（一九二六年）」、一九四三年、三〇一頁）
- 後藤松羅紗店 中野商店 池田商店 石田羅紗店 重光羅紗店 福田商事羅紗部（関西羅紗商協会展、一九三一年、広告より）石角羅紗店 竹馬商店大阪支店 吉川羅紗店（個別資料）
- (16) 玉川信明、二〇〇五年、二九四頁。
- (17) 前掲書(4)、四四・五二頁。
- (18) 『橋本毛織創業五十年史』、『深喜毛織百年史』、『竹馬のあゆみ』、『鷹岡一〇〇年のあゆみ』などを参照した。
- (19) 前掲書(7)、巻末。

- (20) 竹馬産業株式会社、一九七七年、一五五頁。
- (21) 中岡志州、一九八六年、一二二頁。
- (22) 前掲書(4)、七六頁。
- (23) 当時の紳士服流行創造の認識について、オピニオンリーダーたちの発言をみると「色調というものは一人の偉い人がきめるものではなく大衆の要求によって流行色が生まれるのです」(谷長二・流行記事作家)、「流行とは生活様式の必要から生まれる自然発生的外容であって外的扮飾ではない」(富田英三・『テイラー』誌東京支社長)など、流行は自然に大衆により現出されるものという立場をとっている。

第四章

社会集団としてみた羅紗商の規範

第二章では、羅紗商の諸機能の一つとして、「自治・風習などで強く結びついた共同体としての地域社会」での働きをコミュニティ機能と設定し、職業と地域の結びついた社会集団^①による、独特の地域社会を想定した。本章では社会集団としての羅紗商の地域における動態の検討を中心に、店主・店員の雇用関係、職業観の側面での考察も加える。そして近代都市大阪の進展へのかかわりのなかであらわれる集団としての特性から、行動のあり方や判断の基準として培われたものを羅紗商の規範としてみる。なお、第二節・羅紗商のコミュニティ形成に関しては、主として東横堀川以東谷町筋までの上町を事例に確認を行いたいと考える。

一 店主のプロフィールとライフスタイル

最初に社会集団としての羅紗商の組成を明らかにするため、まず店主のプロフィールを概観し、その特徴を抽出した。資料として関連各社・団体の年史、羅紗・洋服・既製服商等の名鑑および人事興信録、一部については聴き取りを行った。その結果全般にわたって①高学歴志向、②知的職業志向、③摩登ライフ志向がみられた。高学歴志向の具体的な事例として宇佐見商店（元売却商層）を挙げると、同店は一八八七（明治二〇）年、宇佐見辰次郎が谷町で古洋服商を開業、軍服の払い下げおよび請負で利益を収めたのち、羅紗綿布卸商を営み成功した。二代目社長はいとこの宇佐見金次郎が継いだ。一九〇〇年代生まれの次世代になると、著名大学への進学が顕著になる。とく

に戦後三代目の社長に就任することになる金次郎の甥・宇佐見秀太郎は、自身が大阪高商および東京商大に学び、その弟たちも東京大学・京都大学で学んだのち家業に就く者、大学教授のかたわら美術評論家・詩人として斯界に名をなす人材など、一族で学究を輩出している。⁽²⁾

知的職能志向の例として森居一家の場合をみると、一八九三（明治二六）年、谷町に羅紗綿布同製品卸商・森居幸本店（元売卸商層）を興した森居幸平を始祖として、養子分家により森居保商店（同右）・森居又商店（同右）が同じ谷町に誕生した。その後も養子縁組や婚姻による一族の形成が行われたが、特徴的な点は医家あるいは医学博士がその縁に連なるケースが多いことである。とくに森居保商店・森居保次郎の系譜につながる小広家は医者の一門で知られており、その縁で戦前から戦後にかけて、森居一家族のなかで少なくとも一〇人の医家・医学博士が確認されている。⁽³⁾ また谷町には奈良県出身の商店主が多く、その出自は村長など地方の名士・地場の事業家・旧武家などの次三男の場合が多い。すなわち家督を相続する長男を残して来阪するケースで、実家はある程度の資産があり彼ら自身も教養あるいは品格を備え、したがって仕事に対して高い志があったといわれ、この来歴が高学歴志向、知的職能志向の背景の一部とみることもできる。⁽⁴⁾

新しいライフスタイルへの志向は、その住居について船場地区と上町地区、元売卸商層と切売商層で違いがみられる。すなわち船場の元売卸商層では大正末から昭和初期にかけ阪神間に折から開発された新興住宅地への本宅移住がみられた。夙川や曾根への移動例では明治末から大正のはじめに別荘を新築し、のちに本邸として船場の店から家族が移り住むことになった。また芦屋六麓荘は一九二八年（昭和三）年から開発がはじまり京阪神の富裕層に販売され、羅紗商では元売卸商層に

属する船場の豊田・中村の二商店の店主が購入している。⁽⁵⁾ 谷町の元売却商層には別荘もちが多く、市周縁部（羽衣・高師ノ浜・鶴が丘など）や白浜・大和高田などに別荘が設けられ、別荘と本宅の住み分けがされたと思われる。⁽⁶⁾ 場所の選好には大阪・京都・滋賀などの出身者は阪神間へ、奈良などの出身者は南海方面へと、それぞれの店主の出自が大きく影響している。一方、切売商層では店舗と本宅が一体であるケース、店舗と本宅が連続しているケース、店舗はそのまま本宅が同町内や市内の新住宅地―たとえば帝塚山周辺へ切り離されるケースが一九三〇年代以降にみられるようになった。上町の切売商層では店舗の近隣に住まいを分離する例もあったが、おおむね船場地区の職住分離傾向に比べ上町地区は職住近接・地域密着傾向と思われる。切売商層のなかにも別荘を構える店主もあらわれ、都市の商人が別荘をもつというライフスタイルがみられるようになった。そしてこれらの本宅分離に挙げられているのは、店が手狭になったという動機がほとんどであった点が特徴的といえる。そして上町地区はモダンライフの食生活に欠かせないパン店（マルキのパン）、精肉店（弘豚社）、洋酒店（タマモヤ）、アイスクリーム（ちもと）やクリーニング店（明治屋）などがあり、⁽⁷⁾ 羅紗商たちが洋風生活を楽しむ環境でもあった。

二 羅紗商のコミュニティ形成

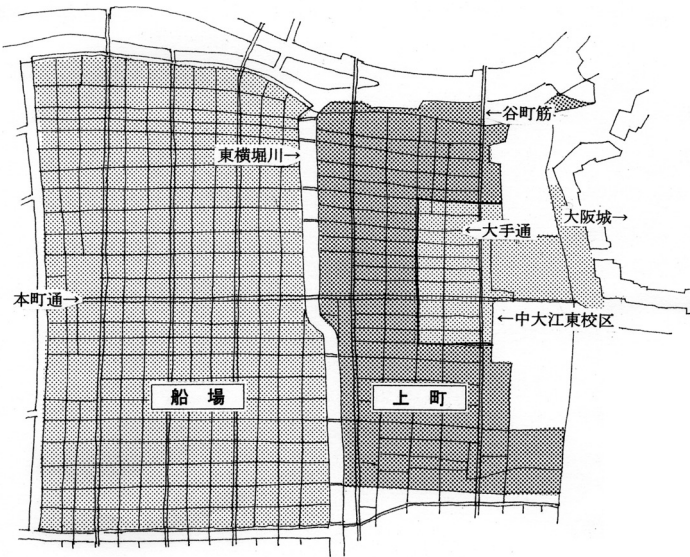
一九二〇～三〇年代にかけ、大阪でのコミュニティ形成にかかわる一般的な情勢として、①既存

の町内会が行政主導の町会に移行しつつあったこと、②学区のシンボルとして小学校が位置づけられつつあったこと、③商家における同族団が同族的結合へその機能を変化させつつあったこと、などが挙げられる。これらの動向を踏まえ、以下では地域および職域のコミュニティにおいて、羅紗商がどのようなかかわりをもつのか、また社会集団としての特性をどのように現出するかについて上町の羅紗商の事例を考察する。

(1) 上町と羅紗商

船場の東限・東横堀川を渡ったその東側は、松屋町筋などを経て谷町筋にいたる。谷町筋は北から谷町一丁目からはじまり、南へ三丁目あたりまでに羅紗・裁縫品（既製服など）関連の卸商が並んでいた。戦前期谷町以西、東横堀川までの地域を地元では全体の呼称ではなく御祓筋おはらいすじなど筋名で呼んでいた

図4-1 船場・上町地区概略図



(注)上町地区は1940年現在の大江四校の学区。
 (出所)大阪市東区役所編「東区氏地色分地図」、1982年より改変作図。

という。しかし「東区の町割と地割」（大阪市東区史刊行委員会編、一九八〇年、五一〜五六頁）によれば、この地域は船場に対して内町、上町、東船場とも総称されるという。ここでは当時の小学校校区―北大江、南大江、中大江西、中大江東の各校区―を総称して「上町地区」と表記し、船場と対置して取り扱う（図4―1）。この上町地区には、一九三三（昭和八）年当時の大坂羅紗卸商業組合組合員資格者一三〇名のうち過半数が店舗を構え、加えて既製服等を扱う大阪羅紗製品卸商業組合組合員(8)の店舗もほとんどが谷町筋を中心としたこの地域に立地している。ちなみに谷町二丁目では全世帯数の約三七％が織物・被服類販売の店舗であるとされ、羅紗をふくむ織維およびその製品の取り扱いが上町地区全体に広く見られた。

（2）町会・学区、市政とコミュニティ

明治時代、大都市では町内会が種々の名称のもとで結成されるようになっていた。これらの組織は、平時は地域内住民の懇親融和や趣味同好会のようなもので、加入は自由であり組織化されたものではなかった。しかし、日中戦争勃発以来、国民精神総動員運動の実践機関として、大阪市でも町内会から町会への改組整備が行われることになった。すなわち、時局に処したまた地方自治の補助機関としてその任務を果たすことを目的に、単位町会を小学校の通学区ごと⁽⁹⁾に結合して町会連合会をつくり、その上に区町会連合会を組織するというものであった。通学区ごと⁽¹⁰⁾に町会が結成される経緯から、ここでは学区と町内会エリアを一体のもの⁽¹¹⁾と見なし、羅紗商との関係をみる。

上町地区には東西南北の一字を用いた四つの「大江」小学校があり、羅紗商の子弟がもっとも多

く通っていたのが、中大江東校である。すなわち、一三〇業者のうち切売商層の四〇%近くが中大江東校の校区に居住していた。同校も大阪都心部の他の小学校と同様、あいつぐ校地の拡張と校舎の新築工事が行われ、一九三七（昭和一二）年に鉄筋校舎とプールが完成した。かねてより小学校の校舎を鉄筋化し各学区のシンボルとして印象づけようという行政の狙いもあり、同校には隣接して警防団、校内に青年学校、奨学会、保護者委員会が付設されるなど、校区のセンター的役割をもっていた。

中大江東校には大手前の府庁周辺に点在した官舎に住む高等職員の子弟、大阪府知事の子女も通学しており、上品でおとなしい校風が育まれていた。¹² 学校では官舎の子弟の標準語と地元の子等の大阪弁の会話が交じり合う、当時では珍しい雰囲気であったという。校区に居住する羅紗商からは当時まだ貴重であったラジオや団服が小学校や青年団に寄贈されるなど、¹³ 物心ともに公共のために尽くす気概が横溢していた。

一九二〇（大正九）年からはじまった国勢調査では、調査委員として行政の末端を担う羅紗商もあった。一九四一（昭和一六）年の記録では、戦時体制に組み込まれた町会のみとめ役として、地区約一七三〇世帯¹⁴で構成される中大江東町会連合会会長に宇佐見金次郎（宇佐見商店）、同じく副会長に清水貞吉（平野屋羅紗店）の両羅紗商、もう一人の副会長に羅紗製品（既製服）卸商の吉田米蔵が選任されるなど町会のスリートップが羅紗商関連で占められた。連合会の下部組織・単位町会長にいたっても何人かの羅紗商が名を連ね、¹⁵ 羅紗商の存在なくして町会運営が成り立たなかったことを示している。その背景として、町会の全戸加入原則が要請され、同時に従来の地方名望家層

に加え、「人望」と「手腕」によって町内で認められるにいたった「都市自営業者層」がコミュニティの新たなリーダーとして参入することになった⁽¹⁶⁾、まさにその時期において羅紗商たちが登場したのである。学区ごとに結成された警防団・青年団の団長・副団長に羅紗商が多くみられたのも同様の理由によるものであろう。

市政との関係では、羅紗商や同製品卸商の大阪府・市議員も散見されるが、大阪市東区区会議員の経験者が目立つ。一八九三（明治二六）年に始まった区会の事業は、高等小学校、女学校の経営を主とした教育事業であり、東区の性格に適合した教育制度⁽¹⁷⁾たとえば夜間の商業補習学校の設立、船場の子女の良妻賢母的養成を目的とした高等東女学校の開設⁽¹⁸⁾などが行われた。この区会の創設は、政治に無関心で多年下情上通が閉ざされていた大阪人に、自治の一步を踏み出させたといわれ、議員は選挙により選出された⁽¹⁹⁾。東区区会議員には一九一七（大正六）年以来一九四四（昭和一九）年に区会が解散されるまで、羅紗商あるいは羅紗製品卸商から毎回擁立されており、地域の教育と区の自治行政への関心をみることができる。

(3) 氏地とコミュニティ

上町地区の氏神は生國魂神社で、氏地は前述の四小学校の学区とほぼ同じのまとまった区画である。船場地区が坐摩神社・御霊神社・難波神社の三つの氏地からなるのは対照的である。生國魂神社は延喜式内の古社で、もとは石山の地（筆者注：所在した石山本願寺は、現在の大阪城公園内にあたりと推定されている）にあったが、豊臣秀吉が大坂城を築くにあたって、生玉町の現在地に

移された。⁽²⁰⁾

このような経緯から、現在の生國魂神社の所在地からはかなり離れた大阪城に隣接した上町地区が氏地の一つとなった。生國魂神社とこの地区の人たちとは古く石山時代からのつながりがあり、神社の基盤を支えてきたのはおもに谷町筋の人たちであった。このため神社にとって谷町筋、内本町一帯は大阪の中樞をなす重要な地域として認識されてきた。一般的に神社と氏地のコミュニティ関係では、氏子は地域の共同体の求心力として、また精神的な支柱としての役割を神社に期待してきた。夏祭りの祭礼などはそのあらわれの一つで、商家では数少ない休日として待ち望まれた習俗であった。加えて、谷町では商家の旦那衆が、パトロンとして神社を通じて地域の文化をバックアップしてきた歴史があった。一九五七（昭和三二）年から境内で開催されている大阪薪能には、戦前からの羅紗洋服関連商が支援者として名を連ねているが、これもその一例である⁽²¹⁾。また現在の生國魂神社の境内を取り囲む玉石垣は戦後に奉納されたものであるが、戦前からつづく多くの羅紗商、既製服卸商の名前が刻まれており、氏地と深く結びついた長年にわたるコミュニティのすがたを確認することができる。

(4) 商家同族組織とコミュニティ

江戸期以来、商家では本家から暖簾わけを受けた分家（親族分家）や別家（奉公人分家）の家々により本家を中心とした商家同族団が形成されてきた。明治維新以降の変動のなかで、同族を率いた本家層の経営はしだいに没落傾向を示し、従来の商家同族団から同族的結合⁽²²⁾へ変質しつつあった。

そのようななか羅紗・同製品(既製服卸)を商う商店の多くでは依然同族が再生産されていた。ここでは、おもに谷町筋でみられた商家同族組織の系譜を通じて、コミュニティにかかわる機能および特性をみていく。⁽²³⁾なお、商家同族団に特徴的な雇用関係については、次節でのべる。

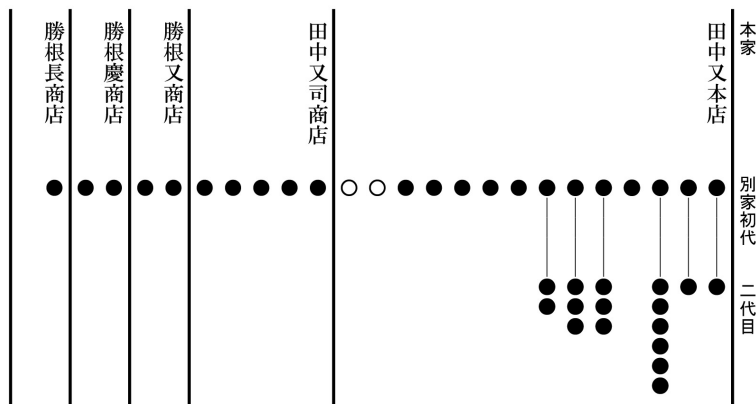
戦前、谷町筋を中心に上町地区では一族一門の暖簾を張る羅紗商・既製服卸商が多くみられたが、なかでも森居家は有力な分家別家を多数擁立して一大勢力を有していた。戦後その血縁と系列につながり、なおかつおおむね奈良県の出身者で、谷羊会こくようかいを結成したところ、会員が実に五〇余人に達した。⁽²⁴⁾会員は本家・分家・別家の直系男子にかぎられ、その源流は大正期に遡る。すなわち谷町二丁目で羅紗綿布同製品卸商を営んでいた森居幸本店と同業の田中又本店(元売卸商層)が、勉強会と親睦を目的に同友会を創始したことによるという。⁽²⁵⁾田中又本店は森居家一族と同様多くの別家を輩出しており(図4-2)、主従関係による結合に加えて養子縁組・婚姻などによる親族分家も数多い。森居家と田中家とのつながりは、田中又本店の田中又助が森居幸本店・森居幸平の三女を妻としたことで両家が結びつき、強力な親族集団としても存在していたと推測できる。また森居家一族では婚姻を介して船場の鷹岡家一門にもつながり、上町地区と船場地区にわたる巨大な系譜が成立していた。

一般的に同族団における本家と分家・別家の関係は、日常的に本家が分・別家に対して与える庇護と、分・別家が本家に与える奉仕であり、それは家事・店経営の両局面にわたるものだった。奉公人の採用や日用品の購入先も本家の意向と支援のもとに行われた。そして、同族団を構成する家々が何によって結ばれているのかといえ、家々の経済的な共同を基底とする多面的日常生活関係

であり、これを可能にする立地上の前提として、それらの家々が本家の所在地から容易に徒歩で行走来できるような距離の範囲内に分布している必要があった⁽²⁶⁾。谷町筋や大手通周辺に羅紗商や既製服卸商が集住した理由でもある。このような特定地域への集住に加え、分家・別家による網目のような系譜は「およそ蜘蛛の巣をはりめぐらしたかのように綿々として、複雑多岐にわたり、さすがに谷町では、迂闊に近所の非難はまかりならぬといわれるのも道理だ」(大喜多藻治郎編著、一九五九年、二六頁)と表現されるほどの、濃密な独特のコミュニティを形成していたと考えられる。

こんにちでもかつての羅紗商たちの人的関係の判断基準として、「○○の出」という言葉がしばしば使われる。商家同族的な系譜関係ではその単位は「家」であって個人ではない。家と家との関係は「家の出自」で、その家の創立の際に母体となった本家との間の系譜関係が問われる。すなわ

図 4 - 2 田中又本店一門の別家



(注) ○印は別家後に廃業。
 (出所) 大喜多藻治郎編著、1959年、54~58頁から作図。

ち仕入先や顧客からうけている信用、さらにその本家が地域社会からうけている家の格をもあらわす暖簾を、分家・別家の創設にあたり本家が分与し、両者がこの暖簾をめぐる連帯し、信用を共有している点が重要だとしている。⁽²⁷⁾ 商家同族組織を擁する地域では家と家による整然とした秩序・序列がコミュニティ全体の規範になっていたのである。

三 丁稚く別家制度⁽²⁸⁾と羅紗商

大阪が成立したとされる一九二五（大正一四）年、大阪市の男女別人口構成は女性一〇〇人に對し男性が一一四人、旧東区にかぎっては女性一〇〇人に對し男性は一四三人であった。年齢別構成比でも一〇代後半から二〇代前半の若年男性が旧東区に際立って多く大きな特徴となっている。⁽²⁹⁾ これは商家の集中する同区が多数の丁稚を抱えていたことによるとみられている。商家の雇用形態は丁稚く別家制度、すなわち近世以来の「仕着別家制」で丁稚から手代、番頭へと進みついには主家から暖簾わけをうけて別家するのが慣わしであった。しかし明治末年には店舗の規模拡大やそれともなう店員の増大、彼らを別家独立させるに必要となる膨大な資金の準備などの点から、店主と店員は奉公や暖簾わけといった特別の関係ではなく、給料をうけて店に通って働く近代的店員への移行が志向されるようになった。⁽³⁰⁾ そのような背景から、従来の「仕着別家制」に加え「通勤給料制」両者の折衷である「住込給料制」が商家の店員制度として採用されるようになった。⁽³¹⁾

しかし、一九二八（昭和三）年に大阪市社会部が調査した大阪市の呉服商の被雇用状況は、店員の八六％が「仕着別家制」であり、通勤給料制は皆無、住込給料制が一四％であった。同じ繊維関連業種である羅紗商の昭和初期～戦前期の状態を、店員数でも近い条件にあると思われる呉服商の調査結果から推測すると、羅紗商もほとんどが仕着別家制度を雇用の基本としながら、住込給料制が一部で採用され始めたのではないかとみることができる。「仕着別家制」は明治以前からのいわゆる住み込みの奉公をさし、衣食住つきであるが給料は払われない。羅紗商の場合の入店は、大正から昭和にかけては数え年一五～六歳頃がもっとも多く、別家独立までの期間は元売卸商層で平均一六年、切売商層で平均一三年を要している。これを大阪業商店員の例と比較すると、学歴では高等小学校卒業、入店から別家までの年数は一三年程度とされ、仕着別家制自体の雇用条件は羅紗商とほぼ同等とみられる。⁽³³⁾

また、別家独立の際の資金・信用供与はその一切を主人側が行うというものであり、丁稚として入店するほとんどのものは、将来は一人前の商人になって独立自営することが目標である。そして（店は）「月謝のいらぬ学校であり、給料ではなく小遣いをもらえぬ学生と思え」と上層から訓示され、⁽³⁴⁾ 躰・礼儀・家事雑務からはじまっているいろいろな店務を経験して独立にそなえていく。店員の育成にあたっては、それぞれの店主や先輩店員が起居をともにして指導にあたるが、とくに大阪では羅紗商のリーダーを長年勤めた梅村衡平の熱心な子弟教育が「梅村学校」と名づけられ、今日まで業界に語り継がれている。⁽³⁵⁾

このような丁稚～別家制度も、先述のように明治以降はとりわけ店主の経済的な負担の点から、

別家存立の条件が実際的な効果を失っていく傾向にあった。そのなかで羅紗商では他業界たとえば薬業商などにくらべ比較的遅くまで仕着別家制度が採用され、太平洋戦争直前まで多くの別家が創設されてきた。別家の輩出は本家一門の維持と家格の拡大を意図して、羅紗商で積極的に行われる傾向がみられたことは前節の事例のとおりである。これは一つには羅紗商がそのような制度を支える資力や財力を（戦時にいたるまで）保持していたことによるものと思われる。また羅紗商における独特の商慣習（あと値決めなど）や経験による生地選別の勘の体得など、専門的な知識の習得にマンツーマンの指導がしやすい環境であること―独立開業のための商人に必要な信用・信頼意識をからだで覚えさせることをふくめて―を丁稚く別家制度のメリットとして羅紗商みずからが認識していたからではないかと思われるのである。ただ一方、羅紗商のなかでも大規模商店では勤務別家として、通勤給料制すなわちサラリーマン店員としての処遇をはかっていた店も存在していたことはいうまでもない。

四 羅紗商の職業観

ここでは、これまでみてきた羅紗商の活動を支える、彼らの生きざまともいえるべき職業に対する意識を取りあげる。戦前の大阪羅紗卸商業組合を源流とする現・大阪服地卸商協同組合の取り扱いがこんにちでも紳士用服地を主としているように、かつての羅紗商が婦人・子供服地を手がけるこ

とは無かったと考えられる。

羅紗業界の人たちは、婦人物を一段下に見る傾向がある。自分たちは紳士物の商売をしているブランドがあるのだ。うちの店でも、紳士物売る場所の一隅に婦人物をおいたところ、³⁷ 聖な男物の売り場に女の人が買いに入ってくるのは困るというクレームが、テラーさんたちから寄せられたものだった。(中略)(従業員たちも)自分たちはテラーというプロフェッショナルを相手に仕事をしているという自負がある。婦人物で素人客相手に成りさがるのはおもしろくない、という気持ちが強いのだった。(島津さみ、一九九一年、一七五頁)

これは戦後一九六四(昭和三九)年当時、東京の切売商が婦人服地の小売商に転業しようとした際の周囲の反応である。紳士服の仕立てについても「男に女物は作れても、女に男物は難しい」というのが服飾専門家の間での常識だという。³⁷ 女性は職人として一人前とはみなされていなかったと同様、羅紗の世界では洋服といえば成年男子を対象とした紳士服、客先は仕立ての専門家集団である洋服商、素人への直売りは歓迎しない卸問屋業に固執したものであった。

加えて、女性による羅紗商の経営にも厳しい対応がとられていた。大阪では一九三二(昭和七)年に重要物産同業組合法による公認の大阪羅紗商同業組合が結成され、大阪市一円の羅紗販売業者が結集する一大組織が誕生する。組合は二〇人の代議員による組合会によって運営されることになった。この代議員は組合員の総選挙によって決定する民主的なものであるが、被選挙権を有さないいくつかの要件の一つに「³⁸ 婦女子」という項目があり、婦女子は組合の運営をつかさどる代議員にはなれないというものである。実際、店経営においても明治以来大阪で女性が羅紗商店主であった例

はごくわずかしかみられない。

このように紳士物を神聖化する風潮は、業界全体のものであった。これは男女の社会的な役割を伝統的な慣習によって規定しがちな大阪の羅紗商にあって、男性優位の価値観として醸成された。そして戦後もなお、東京においてもそのような風土が保持されてきたものと想像できる。

つぎに、羅紗商の使命感の一端を示すものとして、戦時中の南方進出計画に対する羅紗商の意見書がある。羅紗商が集中する旧東区では多数の若年男性を奉人としてうけ入れていた。厳しい丁稚奉公ではあってもいずれは一人前の羅紗商として独立する夢をもって修行に耐えることが当然とされ、彼らを雇用する店主もまた辛酸をなめる奉公を経て独立にいたることが通常であった。店を継ぐ立場にある店主の子息も他人の店で修行する「見習い奉公」を経験する場合が多かった。このように長い年月をかけて商いを学び、大阪商人としての資質を磨くのであった。

しかし太平洋戦争のなかば、国策による羅紗商からの転廃業が進められることになった。店主の転廃業は必然的に店員に失業をもたらす深刻なものであった。そのため当時の大阪の羅紗商の加入母体である西部羅紗切売商業組合では転廃業を強いられた業者の活路として南方への進出が検討され、「南方進出研究会」⁽³⁹⁾が結成された。その意見書には、羅紗商から転失業する者の希望として、つぎのような声がよせられている。

私共の業界人は、多くが少年の頃大志を抱いて各地より来阪し、永年刻苦精励聽ては立派な一人前の商人にならうと悪戦苦闘をして参ったものであります。この多年の修行に依って大阪商人としての商魂商才を体得したものでありまして、大阪商人が日本の経済力を左右せんとす

る気概と、実力を有するに至ったのは蓋し一朝一夕に出来たものではありません。然るに今や国策の命ずるところに従ひ、中には志し未だ半ばにして転廃業しなければならなくなった事は、又止むを得ぬとしましても、せめて今日迄に鍛えました商売技術と商魂を利用して御国の役に立ち度いと念願するものであります。(後略)(笠原隆・南元董外編、一九四四年、三六八〜三六九頁)

この文面からは、国家危急のときであるとはいえ国策にしたがって重工業・農業分野へ転業するよりも、プロの商人として南方地域で役に立ちたい。大阪商人としての羅紗商は百の名論よりも一の実行を尊び、困苦欠乏に耐え所期の目的を達成したいという、使命感ともいえる決意が読み取れるのである。このような羅紗を天職とする矜持と、羅紗商の男性優位の意識が彼らの職業観として確立していたところに、社会集団の判断規範の一面をみる事ができよう。

五 社会集団としての羅紗商

これまで、羅紗商の店主像を概観したうえで、上町における羅紗商のコミュニティおよび羅紗商の雇用、職業観をみてきた。以下では近代化時代の大阪にあって社会集団としての羅紗商が地域社会で担った役割とその特性を整理したい。

同業者・同族・学区・町会・氏子など、羅紗商のかかわった幾重ものコミュニティのなかで、と

くにその影響が顕著であったのは、商家の同族組織の存在であった。前述したように、上町では多くが羅紗商・既製服卸商を営み、一門をなすいくつかの商家同族組織の縁で結ばれていた。本家、分・別家関係にある家々は店経営・生活全般にわたって本家の定めた規範のなかで行動し、これに属さない関連業者や日用品の納入業者もその影響下に置かれていた。いふなれば一族一門のトップの考えが町の営みに色濃く映し出されていたと考えられる。このような環境にあっては、本来厳しい取引関係にあるべき羅紗商と既製服卸商の間においても、運命共体的な意識が共有されていた⁽⁴⁾という。本家・別家の関係は別家独立に際する本家からの店舗の紹介にもあらわれた。すなわち両者の距離が徒歩可能であるエリアから選ばれたのである。このように地域の社会的関係で最優先されるのが同族組織によってもたらされる同族の意識であった。

しかし、このような商家の同族組織を都市型コミュニティという意味合いに照らしあわすとき、同族ごとの閉じた関係のなかでは、思考・行動様式が似通い情報やネットワークが固定化され、変革に対応しにくい同族的関係の危うさも感じられたのであった。

一方、商家同族団と不可分の関係にある丁稚／別家制度は、徐々に変質しながらも戦時統制経済下にいたるまで踏襲されてきた。他業界の商家に比べ羅紗商が長期間この制度を保持したのは、同族を率いた本家層の経営が比較的順調であったこと、また多くの羅紗商が全面的に通勤給料制に移行するほどの経営規模ではなかった点などが理由に挙げられよう。

すなわち、丁稚／別家制度は中小の商家では丁稚の雇用が安価な労働力を使い捨てるための手段・口実ともなった、そして経営規模の小さい店々では、別家させるという約束でしか従業員を雇えな

くなっていた⁽⁴⁷⁾、としている。確かに丁稚／別家制度がこのような一面を持っていることは否定できない。しかしながら、丁稚／別家制度にみる商人の養成過程としての機能、起業支援制度としての機能は評価されなければならないだろう。店主は独立して家業経営をめざす人びとの将来を保障し、またそれを願う親たちの要望を学校制度に代わってうけいれる役割を担った。つまり、店主にとって、店員を雇い入れることは単なる雇用労働契約ではなく、全人的関係のなかで長年⁽⁴⁸⁾にわたって取り結ばれる生活保障であり、職業訓練であり、羅紗商の心性を次代に継承する場でもあった。

店主のプロフィールでみたように、創業者の次世代になると多くが大学教育をうけるようになり、羅紗商にとらわれず異なった分野で才能を開花させる人材があらわれた。このような風土は海外からの情報受容を容易にし、進取的土壌として蓄えられていったと考えられる。戦後いち早く海外各地へ視察に出かけたのは上町羅紗商の系譜にかかわる人たちであった。また、生国魂神社の例でみたように、地域の伝統文化を長期間支援するという企業メセナにつながる風土も培われていた。加えて地域文化の伝承という面からは、商家同族組織が諸儀礼・日常の慣習や内の秩序を本家から分家・別家に代々引き継いでいく役目を果たしていた点も忘れてはならないだろう。

このような環境にあって、羅紗商個人にはプロフィールで示されたように、新中間層への志向、モダンライフの実践、地方自治でのリーダーシップの発揮などがみられた。しかしその一方では男性至上の職業観、同族的社会意識にもとづく行動規範など多くの身分的な残滓も温存していたのである。社会集団としての大阪羅紗商は旧と新、伝統と進取、近代と現代という二つの異なった面を同時進行させることを規範としつつ、地域・市政・教育・雇用等近代化時代の諸活動に積極的に参

画していったと考えられる。

(注)

- (1) 田野崎昭夫は社会集団を、「複数の人間からなっていることを前提に、結合的な社会関係の複合を中心とした統一的な人間の集合体、ただし高度な組織力をもった団体である必要はない」と規定しており(田野崎昭夫、一九七一年、三三〇～三六頁)、本稿ではその意を援用している。
- (2) 大喜多藻治郎編著、一九五九年、三〇七頁。
- (3) 同右書(2)、一七〇～四七頁。
- (4) 二〇〇七年一月三〇日、大阪メンズアパレル工業組合旧組合員聴き取り。
- (5) 加藤龍一編、一九七三年、八五・八七頁。ただし、中村商店はその後所有者が変更された。
- (6) (4)に同じ。
- (7) 上町繊維会館事務局・土橋芳郎編「付属 谷町の思い出地図」一九九八年。
- (8) 大阪羅紗製品卸商業組合員は一九三七年現在八八人であり、うち一〇人が大阪羅紗卸商業組合資格者と重複しており、それらは羅紗商を主業務としていた。
- (9) 大阪市編『大阪市店舗分布調査 昭和十年 商業調査』、一九三七年、八六～八七頁。
- (10) 大阪市東区史刊行委員会、一九八〇年、一九四～一九五頁。
- (11) 新修大阪市史編纂委員会編、一九九四年、八五三頁。
- (12) 上島三郎「ラッパ隊と挨拶―中大江東小学校―」『大阪春秋』一二号、一九七六年、一一四頁。
- (13) メルポ紳士服編『メルポ五〇年の歩み』、一九七〇年、二八頁。

- (14) 前掲書(9)、八〇・九一〜九三頁。
- (15) 大阪市東区役所、一九四一年、八一・八八〜八九・九四〜九五・一〇二〜一〇三頁。
- (16) 玉野和志、一九九三年、二七八頁。
- (17) 商業に従事するものを対象に、職業に必要な知識技能を教授、のちには商業以外にも科目を加えた(池之端稜編、一九四四年、三八〜三九頁)。
- (18) 大阪市立東高等女学校の前身で、女子に対する実業教育を目的とし、一九二二年区会議決により設立された。同右書(17)、三九〜四二頁。
- (19) 同右書(17)、七・九九〜一〇一頁。
- (20) 大阪市東区史刊行委員会、一九八一年、五〇九〜五一〇頁。
- (21) 二〇〇八年一月三〇日 生国魂神社社務所聴き取り。
- (22) 西澤晃彦、二〇〇〇年、二〇〇〜二〇一頁。
- (23) 船場地区の商家同族団については、広島暁(一九九七年、二一四〜二五二頁)が羅紗(毛織物)・服地卸商の場合として、店主の出身地・系譜を分析整理し、主要な八つの同族団の存在を提示している。
- (24) 前掲書(2)、一七頁。なお、谷羊会および谷羊会・町内会・行政のかかわりについては、矢作弘「大阪谷町訴訟―空洞化した町内会と行政の寄生関係を問う」矢作弘・小泉秀樹編著、二〇〇五年、に詳述されており参考にした。
- (25) 二〇〇八年一月二二日、旧谷羊会会員聴き取り。
- (26) 中野卓、一九六四年、七七〇頁、七七二頁。
- (27) 同右書(26)、七七三〜七七五頁。
- (28) 中野卓、一九六二年、三三〜三四頁を参照し丁稚制度および別家制度は、家と同族に不可分の要素的制度であり、なおかつ一体の制度として機能するものとの考えから、同書で用いられている「丁稚〜別家制度」の表記を援用した。

- (29) 前掲書(11)、四六四～四六五頁。
- (30) 前掲書(11)、四七五頁。
- (31) 近世以来の奉公人制度「仕着別家制」に対し、商店の法人化にともない採用されはじめたのが「通勤給料制」である。この両者を折衷したものが「住込給料制」で、住み込みであるが給料が払われる。しかし別家独立に対する主家からの援助はなく、店主の経済的負担は少ない。
- (32) 大阪市社会部調査課編「本市に於ける呉服店員の生活と労働」、一九二八年。呉服商には洋反物・太物・衣服・ネル商がふくまれ、総店数一〇六三店が対象。それを商店側からみると①仕着別家制採店は98%、②住込給料制採用店2%、③通勤給料制採用は皆無であり、呉服店には旧来のしきたりが根強く残っているとしている。
- (33) 羅紗商については南元秀吉編、一九二七年および大喜多藻治郎編、一九三七年を主な資料として分析。業商については大阪市社会部調査課編「本市に於ける葉業商店員の生活と労働」、一九二八年、一三～一四頁、五七～五八頁。
- (34) 中嶋弘商店(元売却商層)の例で、OBである平賀好夫が「私の思い出」として語っている。ナカヒロ編、一九九四年、八二頁)。
- (35) 梅村羅紗店を経営する梅村衡平にとって、店員として預かった子弟は「わが子」であった。その厳しい教育ぶりから、梅村衡平の姿のあるところが教室であったといわれ(大阪毛織会館、一九八五年、二八～三〇頁)、その指導は自店店員に限らず立ち寄った他店の店員に対しても種々教訓と激励が行われ(竹馬産業株式会社、一九七七年、一三九頁)、それはつねに業界全体の人材育成をめざすものであった。
- (36) 一九二八年時点で葉業商ではすでに住込給料制が五〇%を占め、仕着別家制は二〇%に過ぎない状況であった(大阪市社会部調査課編「本市に於ける葉業商店員の生活と労働」、一九二八年、三〇～三二頁)。また一九三六年現在、暖簾わけをしている商店は約四三%、暖簾わけなしは約五七%であった(大阪市社会部編、一九三七年、八二頁)が、羅紗商では大商店においても戦後に廃止されるまで仕着別家制度が維持されてい

た例（中嶋弘産業株式会社編、一九七二年、二八九頁）もあるように、業界として通勤あるいは給料制への
改変は遅かったと推測できる。

(37) 北山晴一、一九九二年、七四頁。

(38) 笠原隆・南元董外編、一九四四年、一〇頁。

(39) 一九四二(昭和一七)年一月に結成され南方研究会は、聴講生一八〇人からなる南進講座を設け、南方事情・

マレー語の研究など真剣な取り組みが行われた。しかし、南方派遣軍の撤退によって研究会は消滅した(笠
原隆・南元董外編、一九四四年、三六九〜三七〇頁)。

(40) (25)に同じ。

(41) 奥田道大は、都市型コミュニティを「さまざまな意味での異質・多様なものと折り合いながら、ともに
築く洗練された新しい共同生活の規範・スタイル」であるとし、異質・多様なものに対する徹底した許容
度が、人の結びつきを広げる決め手になるという(奥田道大、一九九三年、一五八〜一五九頁)。

(42) 前掲書(28)、三四頁。

(43) 荒木康代「商店「経営」と「家族」生活―一九五〇年代の大阪船場の「住み込み」の事例から―」、二〇
〇八年、二〇一頁。同論文のなかで、著者は雇用労働に限定された現在の労働概念に対して、かつての商家
における「住み込み」にみられた「労働の中の生活、生活の中の労働」を経営者・店員の全人的関係とみな
し、こんにちの労働・経営・家庭生活の関係を考えるうえで、とらえなおす必要性があると提言している。

第五章

商業のまちと羅紗商の所在

明治末年から昭和戦前期まで、都市への人口集中とそれにもなう都市的な生活様式が形成されていくなか、まちや産業の様相は変貌していった。中村隆英が著作のはしがきで描写した都市化への変化にはいくつかのキーワードが示されている。⁽¹⁾たとえば新産業、下請け町工場、盛り場、洋服・靴・小間物店、レストラン・バー、芸術家、学生および議論、電灯、電車、洋風建築：等々そしてそれとは対極的な昔ながらの生活様式をいささかも変えようとしない市民たちの存在が指摘されている。大阪では工業化の進展に並行して、煙突からの煤煙による空気汚染や工場などの騒音が社会問題化されるようになっていた。このような都市化の過程にあって、羅紗商の活動はまちをどのように変化させるのであろうか。ここでは前章でみたコミュニティの特性をふまえながら、商業のまちといわれた大阪での羅紗商の所在をテーマに設定し検討を行う。

一 羅紗商の集団地域

大阪での羅紗商の集積を一九三三（昭和八）年当時の大阪羅紗卸商業組合・資格者一三〇人の分布からみると、元売卸商層では全員が、切売商層でもその八六％が旧東区内に店舗を持っていた。旧東区内における分布をエリア別にみると、船場が四二％、上町五八％となり、上町をさらに谷町筋と大手通周辺に分けると店舗数では大手通周辺・船場・谷町筋の順で集積していたことがわかる（第二章・表2-1-2）。この三地区は東横堀川をはさんで西に船場、東側に大手通そして谷町筋へと

連続している。これらの地区を羅紗商の集団地域とみなし、店舗分布および移動の動向からまちと羅紗商の関係、同地区における羅紗商と既製服卸商のかかわりをみていきたい。編年の店舗変動をみるため資料として大正から昭和戦前期の電話名簿を使用する。⁽³⁾

(1) 船場・大手通周辺・谷町筋の概要

最初に羅紗商の集積するこの三地区を概観すると、船場は幕末以降近江商人が店舗を構え、綿糸布および呉服類など繊維製品の卸売に従事し勢力を有するようになった。羅紗商の源流とされる舶来物品問屋（唐物店ともいう）も船場に多く古くは伏見町・心斎橋筋に集中していた。明治期には芝川商店が唐物問屋から、豊田商店が糸商から、鷹岡商店が洋傘・革布団・紀州ネルの扱いから羅紗商に転じ、昭和初期にはそれぞれ高麗橋、淡路町で商勢を張るようになった。⁽⁴⁾ 船場には綿布・洋反物・呉服・メリヤス雑貨・タオル等々あらゆる繊維の問屋が林立していたので、羅紗商が^{いぶか}薈をならべる状態ではなかったが、規模の大きい店が多かった。一九一二（明治四五）年には堺筋に大阪市電が開通、一九二〇（大正九）年には江戸時代以来の狭い道路を拡幅する軒切り、一九二六（同一五）年以降は御堂筋の道路拡築事業、地下鉄の第一期工事が始まり、立ち退きや店舗の狭小化によって建替えや移動する業者も見うけられた。

谷町は明治維新前、外人の古服を修理販売する古服商が開業していたが、後には官服（官吏や警察・軍隊の制服）などの既製服を扱う商店が増えた。一八九〇（明治二三）年、谷町二丁目に洋服商有志による共立会の創設が契機となり、谷町筋に問屋街が形成されていく。そして第一次世界大

戦後、洋服の大衆化とともに次第に需要が増えはじめた羅紗を中心的な扱い商品とする既製服卸商が増大した。谷町筋の北端、天満橋に京都・五条行き京阪電鉄が開業したのは一九一〇（明治四三）年五月であった。また大阪市電も一九一一（明治四四）年八月に谷町線（谷町六丁目～天満橋京阪電車前）、一九二二（大正一）年七月に靱本町線（川口町～谷町三丁目）が開通し、谷町から近隣、京都などへの移動に機動性が発揮されるようになった。

船場と谷町筋を結ぶ大手通を中心にした界限は、船場の伏見町と同様に伏見町人の移住した地が多く、伏見に由来する町名が使われたという土地柄である。また大阪城三の丸の内に位置するところから内〇〇町と名づけられたまちが多い。江戸時代の京大阪を結ぶ船便の起点として賑わっていた大川沿いの八軒家浜はこの地区の北端になるが、羅紗商の進出は船場・谷町筋両地区にくらべると遅い。すなわち一九二二（大正一〇）年頃になってようやく規模の大きい店が定着しはじめたと思われる、いわば羅紗商の新興地といえることができる。東西に走る大手通の両側には一九三三（昭和八）年現在、冒頭で設定した羅紗元売卸商と切売商が一九店営業していたが、大阪羅紗卸商業組合員以外の羅紗商も営業しており、このあたりは専門店街的な景観を示していたと考えられる。大手通を南北に貫通する松屋町筋道路の拡築工事は一九三二（昭和七）から行われ、それまでの三～四間幅から一三間幅の道路に拡大された。

（2）「羅紗のまち」と「洋服のまち」

戦前の羅紗や洋服の商業とまちとのつながりについてよく言われているのは「羅紗は船場、洋服

は谷町」という表現である。「船場は繊維のまち、谷町は洋服のまち」というまちなイメージで語られることもある。とりわけ谷町を洋服のまちとした記述は枚挙にいとまがない。⁽⁷⁾ここでいわれている洋服とは注文洋服商がユーザーの個別の注文にあわせて一着ずつ作成するいわゆるテーラーではなく、既製服卸商なかでも流通ルート別では圧倒的な物量を扱った学生服・軍服をふくむ既製服がイメージされていると考えられる。本項では羅紗商の集団地域と設定した船場・大手通周辺・谷町筋の三地区における羅紗商および既製服卸商の店舗数の推移から「羅紗は船場、洋服は谷町」の言説を検証してみたい。期間は羅紗商がまちで容易に見かけられるようになった大正中中期から太平洋戦争の始まる直前までである。ただしここでは三地区の分布域(該当地域の面積)は考慮していない。

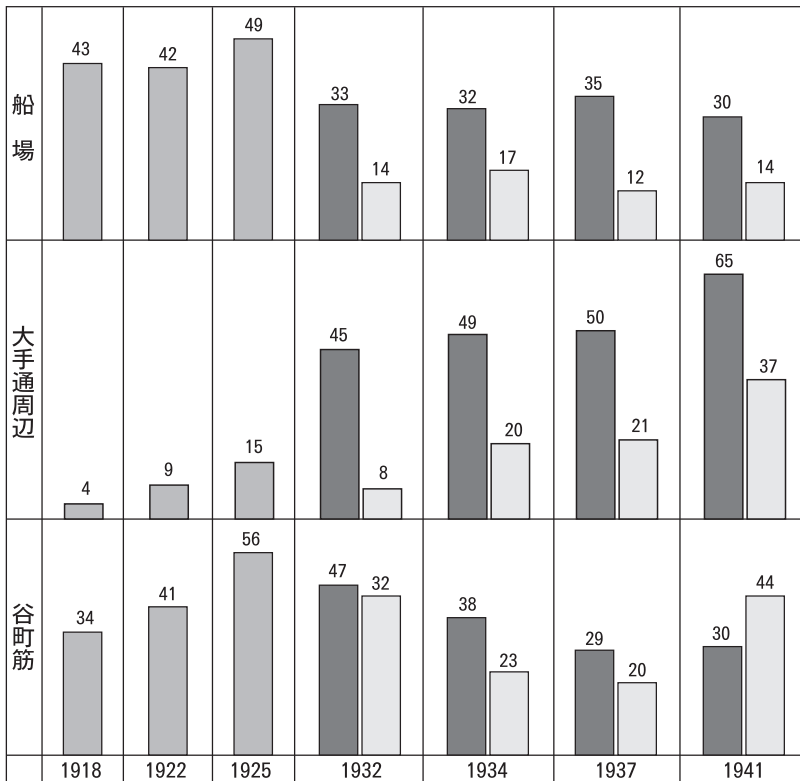
図5-1は、船場・大手通周辺・谷町筋における羅紗商および羅紗製品卸商(既製服卸商)の店舗を当時の職業別電話名簿から割り出し、両店舗の地区別の推移・動向を示したものである。電話名簿は不定期の発行であるため、編年資料としては十分ではないが、この資料を手がかりに考察をすすめたい。これによると、羅紗商、既製服卸商ともにその動向には地区別にかんがりの差異がみられる。これをまず大正期から検討すると、大正期ではそのデータが羅紗商と既製服卸商が一本化して表されているので業種別には確認できないが、三地域とも店舗数が増加している。この時期大手通周辺ではまだ店舗数は両業種を合わせても少なく、松屋町筋から谷町筋の間に点在している状態である。船場では淡路町に集中しておりついで瓦町、伏見町の順で店舗が多い。大正後期、谷町筋では谷町二丁目での羅紗商の店舗増加が著しい。

昭和期に移ると、大手通周辺での羅紗商の増加が顕著になる。町名別にみると羅紗商は大手通・

内本町・糸屋町に集中しているが、いずれもそれが谷町筋に近い一丁目であることが特徴である。同地域での既製服卸商の店舗数は一九三二（昭和七）年で羅紗商の二割を切っていたが、一九四一（昭和一六）年には半数を超えるまでに増加した。谷町筋では昭和に入ってから羅紗商が既製服卸商を超えるようになるが、一九四一年には既製服卸商が格段に増加

図5-1 職業別電話名簿による羅紗商・既製服卸商店数の地区別推移

● 羅紗商・羅紗製品卸商 ● 羅紗商 ○ 羅紗製品卸商（数字は店数）



(注) 羅紗製品卸商を本文中では既製服卸商と表記している。

(出所)『職業別電話名簿 1918年、1921年、1924年、1932年、1934年、1937年、1941年』版より作成。

している。船場地区での羅紗商の店舗数は一九三〇年代ほぼ一定数で推移しており、町名別の店舗数では大正期と同様に淡路町・瓦町・伏見町・高麗橋・備後町の順で、東西の通り別でも大正期と同様四丁目に多くついで三丁目・五丁目の順となっている。既製服卸商も同じ傾向にあり、御堂筋工事による立ち退きや移転の影響は確認できていない。またこの三地区の店舗分布形状については、右の町別集中域状況からみて、谷町筋は通りに接するかまたは沿って分布するタイプ「沿道連担型」、船場・大手通周辺は、特定のエリアに分布する「地区内分散型」と「沿道連担型」を兼ね備えて分布する「混合型」が当てはまり、⁸⁾発展過程ならびに地域形成に各地区の差異が想定されるのである。

これらの考察から、昭和期に入ってから羅紗商の集中が船場よりも大手通周辺にみられることが明らかになった。また谷町筋でも一丁目から三丁目を通して、既製服卸商よりも実際は羅紗商が多く、とりわけ谷町二丁目での羅紗商は軒を接する状態であったことがわかった。谷町筋の店舗が初期の古服商から既製服卸商へ、そして洋服の需要拡大とともに生地を扱う羅紗商に転化した経緯によるものであろう。従来の諸研究が谷町筋と大手通周辺を一体化した上町を対象としていたこともあり、羅紗商からみた谷町筋・大手通周辺とまちの形成に着目されることはほとんどなかったといえよう。今回の検討で谷町二丁目界限・大手通を中心としたその周辺地域に際立って羅紗商が集積していたことが確認できた。谷町筋は従来、既製服流通との連携が強い羅紗商も多かったことから、洋服の印象が定着し、大手通周辺も同様の印象が持たれていたものと想像できる。このようにみてくると、店舗数からの推察とはいえ、戦前期の「洋服の谷町」はイメージの所産の結果であり、実際のまちから語られたものかどうかは定かではなく、「羅紗は船場・大手通・谷町筋」という表

現も可能であろう。

(3) 浮上する大手通周辺

以上、羅紗商の集積する三地区それぞれについて、店舗数の推移を考察した。その結果、大手通周辺が羅紗商の営業地として選好されていることが確認された。今回上町を二地区に分割して考察したところ、両地区の店舗の推移に異なった傾向がみられた点は前述のとおりである。すなわち、一九三〇年代に入り大手通を中心とした周辺が羅紗商の集積地域になっていったこと、同時期谷町筋では店舗数で羅紗商が既製服卸商より優勢であったことが明らかになった。大手通周辺のなかでも羅紗商の集積状況は大手通・糸屋町・内本町の東西の通り沿いに顕著であり、当初洋服業色の強い谷町筋と接する一丁目に集中していた店舗分布が、徐々に二丁目にも拡大し船場と谷町筋を結ぶベルト状地帯が面として連続するようになった。このように羅紗商の類集の結果、船場・大手通周辺・谷町筋が一つの商業地として形をなすにいたったといえるであろう。また今回の電話名簿でわかった点として、大手通周辺では羅紗商の本宅・隠居所などが店舗の近隣に持たれているケースがいくつか見られたことであった。職住一致から職住分離にむかうワンステップという見方もできるが、なおもその地に住み続けたい、すなわち職住の一致に近い形を守りたいというとき「みせ」と「住まい」を近接させる諸条件(同一のコミュニティであることなど)が満たされる地区として、大手通周辺が機能していたと考えることができる。

二 羅紗の同業者町

つぎに羅紗商の集団地域を同業者町として考察すれば何がみえてくるのだろうか。大阪でよく知られた同業者町として、それぞれの歴史的伝統を背景にした薬種問屋の道修町、材木商の西長堀川筋、袋小問物問屋の久宝寺町などがある。同業者町とは、歴史地理学的な立場から同一職種の業者が、町あるいは通りにおいて、比較的高率の構成者をなして集住し、また景観としても卓越している地域であり、直感的・感覚（視覚）的に同業者が多く集まり、特色ある地理的景観を顕現している地域である⁹⁾としている。ここでは同一業者として薬種問屋に薬種・売薬・製薬等々をふくんで表記される場合があることにならない、羅紗を主として裏地商・付属品商など関連業種を含めて羅紗同業者として扱う。

(1) 同業者町の働き

昭和初年の同業者町について、大阪毎日新聞社の記者であり写真芸術家でもあった北尾鏝之助は、
「いったい、大阪の商人、殊に船場、島之内邊の商人が、同一の商売を一町内に集めてゐるのは、昔からの慣習になる一つの便利な商業形式で、地方から仕入れに來たものが、注文品を一軒の問屋で求められなければ、不案内な土地を探索^{ぶちが}なくとも、町内の他に店へ行けばすぐに用立てられるといふ便利から出來たものである（北尾鏝之助、一九八九年、二六七頁）。

と述べている。紳士服も同様、表生地は羅紗のほか裏地・付属品などはおおむねそれぞれの専門店が扱っているので、それらがすべて近場の仕入れで済ますことができれば勝手が良くて喜ばれよう。また羅紗商など織維問屋の景観にも触れてつぎのように描写している。

瓦町、備後町を南行すると、この邊はあらゆる洋反物問屋である。モスリン、メリヤス、ラシャ、綿ネルに、金巾など、それも同じ形式の店舗が多く、いづれも前と横とに道路をとった、低い畳敷きの店の間で、どちらかに方形の一端、柱のない鋭い敷居の角が光っている。山とつまれた紅や、青や、黒の毛織物、その前に端然と坐っている前垂れの二、三人。(後略)(同右書、二七三頁)。

片側が通り庭になった典型的な町家店舗の店先が年中開け放たれ、仕着せの丁稚が控えた同じような構えの店が類集しているまちの情景が想像できる。このような来訪者の利便性や商家の特殊な景観をもつ同業者町の文化的なメリットとして想定されることは何か。

同業者町は同業者が地域的に集団化し、大量取引等により利益を得る経済的企業集団のまちとして見られることが多い。しかし同業者集団がまちに与える経済外的な影響も重要であるという。すなわち、一度同業者が集団化すると、それがやがて地理的慣性、歴史的伝承性となって、その場所と占居形態を持続させる力が生まれ、しかもそこにあらわれた慣行や風習は、個々の企業が成立して存在するよりも、同種のもものが集団をなしている方が消滅し難いものになる。そしてこれは伝統と化し同業者町を存続させていくことになるといえる¹⁰⁾のである。このように同業者町ならではの慣習や風習が蓄積され、やがて独特の空間を生み出し地域・地区の特質となって現出されるとすれば、

羅紗商みずからの地域・地区へのこだわりと関連業種を含めた同業者町のありようが、まちを語るうえで重要となるであろう。

(2) 羅紗商のまち移動

ここでは羅紗商とまちの密着度合いをはかるため、三地区における店舗の移動状況をみていく。店舗が住居を兼ねているかどうかは不問である。対象とする羅紗商は大阪羅紗卸商業組合・組合員資格者一三〇人である。羅紗元売卸商層および羅紗切売商層の創業以来の店舗移動は、全店舗一三〇店のうち四二店の例を把握している^(注)。これに含まれない八八店が創業以来全く移動をしなかったとは思えないが、ここではこの四二

図5-2 創業以来の住所移動状況

創業地	住所移動先					店数	
						◎元売卸商層	●切売商層
他区→	船場→	船場→	他区→	船場→	船場	●	
他区→	他区→	船場→	船場			●	
他区→	船場→	船場				●	
船場→	他区→	船場				●	
船場→	船場→	船場→	船場			●	
船場→	船場→	船場				◎◎	
船場→	船場					◎◎◎◎◎◎◎◎	●●●●●
他区→	船場					●●●	
船場→	船場→	谷町				●	
谷町→	谷町					◎◎	●●
大手→	谷町					●	
船場→	船場→	大手				●	
船場→	大手→	大手				●●	
船場→	大手					◎●	
大手→	大手					●●●●●●	
谷町→	大手					●●	
他区→	大手					●●	

(注) 1. 大手は大手通周辺をさす。 2. アミかけ部分は創業地と移動先が同地区であるもの。
3. 他区には他府県を含む。

(出所)南元秀吉編、1927年、笠原隆・南元董外編、1944年、大喜多藻治郎編著、1959年および関連各社社史より作成。

例からその特徴を推察することになる。その期間は各店の創業を起点として一九三五（昭和一〇）年頃までをみていく。

その結果、もっとも移動回数が多かったのは、一九〇三（明治三六）年に創業した商店の例で五回の移動がみられる。一回のみの移転は三一件を数える。二回の移転は八件、三回が二件である。切売商で最も古く一八八五（明治一八）年創業の商店では三回の移転を行っていたが、他例をみても営業年数と移転回数との関連はほとんどみられない。それよりも特徴的な点は地区内での移動が多くみられることである。図5-2にもあるように、船場で創業しその後は船場内のみで移動した例が一五件、他区から船場へ移動し、その後は船場内で移動を行った例は七件、すなわち船場への移動は二二件であった。大手通から大手通へは五件、谷町から谷町へは四件であるが、船場からの地区移動としては船場から大手通へ五件、船場から谷町へは一件、逆に谷町・大手通から船場へという例は皆無である。このように一旦移動あるいは創業すると、その地を離れない性向がみられた。とくに船場では船場内での移動が繰り返されていた例が顕著であった。これらから得られる情報として①関連業者への近接性・地区との有機的な結びつき、②同族機能の維持、③船場・谷町にみる同業者町の成熟化が挙げられよう。

①については、得意先関係の確保や周辺関連商品を扱う店舗とのつながりが一朝一夕で成り立つたものではなく、信用の供与・利便性の共有が永年にわたり培われてきた。おそらく対外的には「淡路町の〇〇商店」「大手通の〇〇商店」というように地区と商店名は一体化しており、卸売業にあっては商売を続けてきた場所が重要な条件であったと思われる。②については同族の自家・別家

の距離感が目に見えないルールとなって、一店の思惑だけでは容易に異なる地域・地区への移動が
できなかったと思われる。③については、船場・谷町筋ともに専門商店が簇立し、新たな出店が困
難であったと想像される。反面、新興羅紗街である大手通周辺には新規出店を受け入れる商業空間
の余地があったのではないかと思われるのである。今回各社社史で確認した店舗移動の要因の多く
は、商売が興隆して手狭になったことによるものであった。また当初は借家で起業し、移動時に新
築あるいは購入した例がいくつかあり、店舗の移転と業績の関連が認められた。

大阪における羅紗商の同業者町は、繊維・織物から発展した船場、洋服から転じた谷町そして両
方を結ぶ新興の大手通の三地区を網羅したものととして把握できる。それぞれの地区外への移動は住
所表記でみてきたように流動性が低く、同地区内での移動が繰り返される例が多かった。同業者の
集団は生産・販売・特権の維持などによってその結合を強化し、同業者の存在自体が集団をさらに
招来する一集団化の再生により、地区とのつながりは一層深くなる。今回の考察からは、少なくとも
も船場を商業地ヒエラルキーの頂点として仰ぎ見、その周辺に立地する大手通や谷町筋の羅紗商が、
「いつかは船場に店を持つ」⁽¹³⁾ことを夢としていたという確証は得られなかったのである。

(3) 同業者町の地域戦略

羅紗商の同業者町と地域のかかわりの一つとして商業活動上の戦略をみておきたい。大阪の羅紗
業界では、一九三二（昭和七）年二月に大阪羅紗商同業組合、一九三三（昭和八）年六月に大阪羅
紗卸商業組合が認可され、公認の羅紗販売業者組織が誕生した。これに前後して同じく大阪では任

意の組合が組織された。西日本羅紗商同盟会、絨盟会、大手羅紗商聯盟、船場羅紗商聯盟会である。前二者は専門業者の任意団体としてともに大阪羅紗商同業組合の衛星的存在であったが、後二者は地域的なつながりを強調した団体として誕生した。ことに大手羅紗商聯盟は、

地理的關係から生まれた私設団体で、船場と谷町を結ぶ大手通に互いに軒を並べる羅紗問屋、切売商、裏地商、既製品卸商、綿布商、釦商等洋服の原材料商たる各種の業者を網羅し、昭和四年五月に組織せられたもので会員数四〇名、二部制を布き、その目的は大手通の発展を画するにあり、毎年一回恒例的に得意先を観劇に招待する等、親善を基調と為し營業繁栄と共存共栄を目標にした自由經濟時代の殆んど典型的とも称すべき賈街振興機関であった（賈街―商いの町：筆者注）（笠原隆・南元董外編、一九四四年、三七頁）。

といわれるように専門店街でありながら関連業種を横断的にまとめ、地理的な特徴をいかした戦略をとっている。仕入先と得意先による縦の連携の強い卸商にあって、地域という横の連携に着目し共存共栄を目指すことによって、大手通を羅紗商街として仕立て上げようというものである。東横堀川にかかる大手橋の東詰めから谷町筋までの道路の両側に約四〇店の聯盟加盟店が軒を並べている。

表 5 - 1 大手羅紗商聯盟会
加入店の業種構成

業種別	大手通 1 丁目 (谷町筋に隣接)	大手通 2 丁目 (船場に近接)
羅紗商	17店	6店
裏地商	6	—
ボタン・ 付属品商	2	—
既製服商	4	—

(注) 1940年2月現在の会員36店。

(うち1店は業種不詳のため除外)。

(出所)『ティラー』25巻2号、1940年2月、
「大阪大手羅紗商聯盟会」店名広告より
作成。

写真5-1 服装雑誌に掲載された
大手羅紗商聯盟会の広告

羅綿製裏絹
紗布品地物
附屬品

御仕入れは
業界のデパート街



新興の大坂
大手羅紗街

大阪東區大手通
大手羅紗商聯盟會

『世界の流行』日本洋装協会、1932年10月号

却、来街を促進し新規の顧客層を開拓する狙いをもって「デパート」を用いたものと思われる。また羅紗商がリーダーシップをとることによって表地にあわせて付属品一切が同じ町内で調達できる顧客サービスのあり方も訴求されているのである。このような媒体を使っての大手羅紗商聯盟会の広告例は他にもあり継続的に行われたと考えられる。

写真5-1に示すのは当時の新進の服装雑誌『世界の流行』⁽¹⁴⁾に掲載された「大手羅紗商聯盟会」の広告である。商店の自店単独広告がみられるなか、洋服づくりの素材が表生地から部材にいたるまですべてが揃う地域商店会の特性を訴求している。この広告で注目したのは「業界のデパート街」の表現であろう。大阪では大正末から昭和のはじめにかけ、高島屋・三越・白木屋が堺筋に並び、一九三五（昭和一〇）年には地下鉄の開通によって他の百貨店も出揃った。これらの百貨店は多種類の商品を販売する大規模な小売店であるだけでなく、かつての座売りを廃し正札制を採用するなど革新的な販売方式に転換して顧客を増やし、なおかつ多様な催しをとおして都市文化を広める役割も果たしていた。大手羅紗商聯盟会はこれにならって専門店街の堅苦しいイメージからの脱

船場地区でも大手通と同様、地域密着型の船場羅紗商聯盟会が結成されている。一九三三（昭和八）年に組織された切売商の私設団体で、近接同業の懇親と販売能率増進を目的に会員一六人が活動していた。⁽¹⁵⁾ これらの任意団体は戦局の進展により解散されたが、単独の店舗戦略から複数の機能が發揮できる同業者町ならではの戦略として評価できよう。すなわち在来の伝統的同業者町ではなく近代資本主義的商工地域の形成をめざしたものであった。

三 中心市街地と羅紗商

羅紗商が大都市でなければ存在しえない理由として、①交通など都市のインフラストラクチャーが容易に利用できること、②発注者・関連業者との近接性が高いこと、③機能の専門化や活発な仲間取引ができること、⁽¹⁶⁾ などの条件が挙げられよう。羅紗商の取引先は関西一円から日本全国、アジア各地におよび、顧客の往来から商品の輸送等、貨物の集散地としても交通至便は絶対条件であった。⁽¹⁷⁾ 地方送りの荷を店から積み出す馬車便、それを各地に発送する鉄道便・船便の拠点は大阪都心部からほど近かった。路面電車も漸次開通し一九一六（大正五）年頃には市内交通の主要路線はほとんど網羅され、羅紗のまちへのアクセスが整備された。また、谷町界限では明治年間に陸軍被服大阪市廠や師団が設営され、軍服等の請負方が谷町の洋服業者に下命されて以来、既製服卸商が興隆し羅紗商の群生を促すという、地理的条件にも恵まれた。加えて同一レベルの卸機能をもった羅

紗商間では仲間取引が活発で、切売商層に属するある商店の昭和初期の売り上げは、その二〇%が一〇社をこす大手切売商との仲間売りで占められるほどであった。¹⁸⁾

このように都心部に集結する要件を満たした羅紗商の周辺には、専門商品（苧地、裏地、鉦…など）を扱う関連業者が相互補完的に連なり、羅紗の商業地が編成された。まちは地方からの仕入れ客や出入りの人びとで大いに賑わった。杉村暢二の言を借りれば、商業中心地はその立地条件の有利さにより高度のコミュニケーションの焦点をなしており、都市の経済的・社会的・政治的事象に關係して、戦略地を形成していることにその意義があるとしている。¹⁹⁾この商業中心地の機能を援用すれば、確かに羅紗商の所在した地域には、商業機能のみならず行政機能も集積していたといえる。すなわち谷町筋に隣接した大手前には、一九二六（大正一五）年大阪府庁舎が西区江之子島から移転新築、それ以前、一九二一（大正一〇）年には船場の北西部に接する中之島公園に大阪市庁舎が移転しており、大阪市の中心が西区から東区へ移っていった。²⁰⁾また馬場町には一九三六（昭和一一）年大阪中央放送局（大阪放送会館）が竣工し、谷町筋・大手通周辺は当時の先進的情報拠点とも近接することになった。この動静を羅紗商の活動地域と重ね合わせれば、大正から昭和戦前期にかけ、船場・大手通周辺・谷町筋は彼らの経済活動や生活までもが営まれるホームグラウンドであり、中心市街地の東進と一致する。すなわち、羅紗商の活動は近代都市大阪の中心市街地の形成を促し、コミュニケーションの創出と消費が活発なまちを育てあげる役割を担っていたといえる。このような羅紗商の所在は、多様化する商業空間の文化的な一面を支えつつ、大阪の「まちの顔」としての働きもあわせて持っていたところに、存在の意義をくみとることができるのである。

(注)

- (1) 中村隆英「はしがき」、二〇〇二年。
- (2) 本章では「地域」「地区」の用語について、戸所隆、一九九一年、一六頁に準拠し「地域」にはリージョンナ
ル、「地区」にはコミュニティの意をもたせて使い分けている。
- (3) 大正七年↓十字屋出版部編、一九一八年。「羅紗商」(羅紗、羅紗洋服卸、裁縫品卸を含む)、大正一一年↓
十字屋出版部編、一九二一年。「羅紗及同裁縫品商」(羅紗、羅紗洋服卸、裁縫品卸を含む)、大正一四年↓時
事報電信社、一九二四年。羅紗商(羅紗、羅紗洋服卸、裁縫品卸を含む)、昭和七年↓大阪広文館編、一九三
二年。「羅紗商」「羅紗製品商」、昭和九年↓京阪神職業別電話名簿編纂所、一九三四年。「羅紗商」「羅紗製品
商」、昭和一二年↓京阪神職業別電話名簿編纂所、一九三七年。「羅紗」「羅紗製品」、昭和一六年↓井村雅宥編、
一九四一年を使用。「羅紗」「羅紗製品」の各部門における電話番号登録者を対象とした。営業別あるいは職業
別分類については各年度版によって異なるので、羅紗商に関しては「毛織物業」「毛織物綿布商」を除いてい
る。羅紗製品卸に関しては「羅紗製品商」を使用した。「羅紗商」と「羅紗製品商」への重複加入はほとんど
ない。地域設定は船場↓北は北浜から南は南久太郎町まで、東西は東横堀川から西横堀川まで。谷町筋↓谷町
一↓三丁目。大手通周辺↓南北は京橋二・三丁目から南農人町まで、東西は大手通り一↓二丁目を中心とした
エリアを指すものとした。町域の設定については、大阪市の都心部は、近年に至るまで町名・地番が明治期と
ほとんど変わっていない(伊勢戸佐一郎、一九九〇年、四五九頁)とする前提に立ち、町名・地番が詳細
に記されている西部通信局、一九一八年を用いた。なお、電話番号簿から復原された資料としては、「大阪市
内電話番号簿、昭和十四年版」により作成された伊勢戸佐一郎「大阪市内主要問屋街」(同右書)があり参照
した。
- (4) 南元秀吉編、一九二七年、一三・三三・八〇頁。
- (5) メルボ紳士服編『羅紗・洋服百年の歩み―大阪紳士服業沿革史―』、一九七〇年、三一頁。

- (6) 大阪町名研究会・宮本又次編、一九七七年、一八二～一九六頁。
- (7) 大阪市東区法円坂町外百五十七箇町区会、一九四一年、三六四～三六五頁および、前掲書(5)四五頁などが一例である。
- (8) 渡邊啓野・松下直文・岩崎義一、二〇〇二年、六七頁。
- (9) 藤本利治、一九六三年、二頁。
- (10) 同右書(9)、二四～二五、四〇～四二頁。
- (11) 本章での店舗移動の考察は、大阪羅紗卸商業組合員資格者に限定したもので事例も少ないが、広島暁、一九九六年では商家同族団のメンバー商店について、その移動状況が検討されている。
- (12) 前掲書(9)、三九頁。
- (13) ただし日常生活の規範―儀礼・ことば・衣・食などは船場がモデルとされた。山崎豊子『船場狂い』(一九八五年)、に描かれているような船場への憧憬は、家内をあずかる女性に強かった。
- (14) 『世界の流行』は一九三一年の創刊で、「…洋装に関する世界のあらゆる新しい傾向を紹介して、常に時代の先端に立って、我国洋装界に流行を作り、その流行を左右しつつある読者諸君のために、権威ある指導者たり、親しき相談相手たらしめんとする…」とされる巻頭言のように、服飾文化の第一線を標榜する雑誌である。紳士服に関する記事が多く、このような雑誌に広告を掲載する意義は大きいといえる。
- (15) 笠原隆・南元董外編、一九四四年、三五～三七頁。
- (16) 阿部克己、二〇〇七年、七六～七八頁。
- (17) ストックアンドゼノック社史編集委員会、一九八七年、一九頁。コラム「交通至便が促す羅紗屋の繁栄」で、東京の羅紗商が路面電車の拡張で須田町に開祖し、柳原通り・佐久間町へ拡がったとしている。
- (18) 竹馬商店大阪支店の例。竹馬、一九七七年、一三三～一三四頁。
- (19) 杉村暢二、二〇〇〇年、二～四頁。
- (20) 読売新聞大阪本社社会部編、一九八七年、七一八頁。

結 び

大阪の古い買物案内書『最大効益大阪買物便利』に、羅紗商の商店名がみられるようになった一八八八(明治二一)年から、戦争激化により羅紗商組合が解消された一九四三(昭和一八)年までの五〇年あまりの羅紗商の活動を追尾してきた。いみじくも一八八八年は市制が施行され、大阪市が誕生した年であった。当時の大阪は、旧幕時代と変わらない都市施設であったが、大阪港築造、電車市営主義の確立などを経て一九二二(大正一〇)年の第一次都市計画事業の着手、一九二五(大正一四)年第二次地域拡張、大大阪百年の計といわれる一九二八(昭和三)年の第二次都市計画決定など、市政の面からも大阪の近代化が進められていった。一方、勃興期にあった羅紗商も大阪の進展と同調するように、一九二一年には会員三〇〇余人からなる関西羅紗商協会が設立され、羅紗業界の基盤確立がはかられた。需要の拡大に対応し市場が形成されていくなかで、全国羅紗商を横断的かつ法的に結びつける組織・全日本羅紗商業組合聯合会(一九三五年)、全日本羅紗切売商業組合聯合会(一九四〇年)が結成され、いずれも大阪の羅紗商がその理事長に就任し、存在感を示していった。とりわけ一九三〇(昭和五)年には政府の国産品愛用運動に呼応し日本全国羅紗商大会と国産羅紗大陳列会が、翌年以降も全国規模の羅紗諸大会は大阪で開催されるなど、大阪と羅紗の強い結びつきがみられるようになった。そして大阪羅紗商の商業者としての社会的信頼も、地域活動の担い手として町の営みに深く関与していくことにより一層強化されていった。

このような近代都市大阪の形成過程にあって、羅紗商の活動にどのような特徴をみることができるのだろうか。ここでは以下の三点を活動の所産として示したい。

第一は、羅紗商の独特な商品開発から販売までの手法が、紳士服ファッションを方向づける役割をもっていたという点である。すなわち羅紗をテキスタイル・デザインの成果としてみるとき、その商品化にあたっては元売卸商・切売商の創意が重要視されることがわかった。戦前までは他の織物・染色の場合もその開発は主として卸機能が握っていた。羅紗商の場合は先述のように卸段階が二層（元売卸商と切売商）であり、とりわけ切売商は紳士服地専門の職能として洋服商を直接の取引先としており、羅紗の需要・供給の調整はもちろん、生地の嗜好についても市場動向を把握し適切な商品の決定がされやすい仕組みになっていた。その商品化のプロセスでは拵見本、販売パターンサンプル、切売見本が使われた。当時の紳士服の流行は、スタイルよりも服地に重きがおかれ、また関連する服飾雑貨のデザインは服地（とくに背広）の色柄・風合いを基本に決められるのが通常であった。このため紳士用服飾全般のトレンドに大きな影響を与えるのは服地＝羅紗であり、羅紗の商品開発をになう羅紗商は、いわば男性ファッションのトレンドセッターであったといえる。

羅紗商がこれらの商品化業務を行うにあたっては、紳士用洋服地に特化した高度な商品知識と経験に加え、海外との接触による生きた情報を活用した創造力が求められていたと考えられる。いうならば経験知と情報力によって商業における知的労働の先駆的役割を持っていたといえる。

第二には、羅紗商では従業員の雇用・独立に関して、同族的な丁稚／別家制度が長期にわたって保持され、人材育成や心性の継承が行われた点である。中小規模経営が多くを占める羅紗商におい

ても、一九三〇年代には経営の近代化のなかでその資本体制を株式会社化する商店が多数みられるようになる。しかしなお、丁稚を採用し一人前の商人に育てあげ、暖簾わけ・別家という従来からの伝統的な雇用の慣行は、太平洋戦争期にいたっても変わらぬに行われた。丁稚く別家制度は、明治以降同族を率いた本家層の衰退や学卒者と丁稚小店員が一店に共働する労務上の都合さなどから、一般的に退化の趨勢にあった。しかし商家店主がその経営体を維持していくうえで、あるいは都市で商人をめざす人の養成機関としての役割が減少したわけではなかった。そのような状況のなか、羅紗商が将来独立の店主になることを希望する人や大阪商人を志す人びとに対し、住み込みによる教育、就業や起業の機会を長く提供し続けることができた点は評価されなければならないだろう。実際、戦後羅紗商や既製服卸商として活躍する人たちには、信用や信頼を信条とする別家出身者が多かった。そして羅紗商の丁稚く別家制度による店員の雇用・独立方式は、全国を網羅した商業活動とともに語られ、起業機会に富んだ都市として志のある有為の人材を大阪へ引き寄せることができたのではないか、すなわち羅紗商の存在自体が大阪の魅力増幅に寄与したとみることができよう。

第三には、大阪の羅紗商は船場・大手通周辺・谷町筋の三つの地区に集積しており、それぞれが異なった個性いわば多様な空間をまちに蓄積してきたのではないかと思われることである。すなわち、「羅紗は船場」「洋服は谷町」という言説を戦前の職業別電話名簿から整理検討したところ、大手通周辺では昭和初期以降急速に羅紗商が増加し、太平洋戦争がはじまる一九四一（昭和一六）年まで一貫して増え続け、三地区のなかでは店舗数が最多で羅紗商のまちであることを示している。谷町筋でも一九三二年から一九三七年にかけては既製服卸商よりも羅紗商の店舗数が多く、この期

間は羅紗のまちと呼ぶことが可能であろう。船場での羅紗商は一九一八（大正七）年以降、ほぼ同店舗数で推移したとみられ、羅紗あるいは繊維のまちとしての実態とイメージはほぼ重ね合わさっているといえる。

一方、同業者町の羅紗商は、それぞれの地区に固定的で、新陳代謝も地区内で行われることが多かった。このことは慣行や伝統が同業者町の地理的慣性・歴史的伝承と化し、まちの個性がつけられるという同業者町の特性からみて、羅紗商の慣習や風習が独特の空間を地区に蓄積しているのではないかと想像できる。これらの地域・地区の時間的変容をつぶさに追うことにより、まちの個性がより明らかになるだろう。その結果、今後大阪のまちの見せ方に羅紗商の切り口が加わることで、新しい展望が開けるのではないだろうか。とくに大手通周辺については、いままでも欠落していた羅紗のまちのイメージづけの可能性が検討されてもよいのではないだろうか。右でみてきたように、総じて大阪の羅紗商はその活動を通じ、都市大阪の近代化のあゆみを地方や海外にまで発信し、大阪の求心力を高める役割の一端を果たしていたといえるだろう。

本稿は、近代都市大阪の形成に果たした羅紗商の役割を検討し、そこでみられる組織や機能がこんにちの大阪でどのように生きているか、その顕在化を到達点として取り組んだものである。しかし、これらの課題をクリアするには、羅紗商の活動に対する戦後への連続した視点が重要であり、今後さらなる知見の獲得と多くの議論、そして作り直しの作業を経なければならぬと考えている。今回、ひとつの仕事の区切りとして、大方の批判を請いたいと思う。

参考文献

- ・阿部克己「都市型産業論と現代中小企業」『東邦学誌』三六号二号、二〇〇七年。
- ・荒木康代「商店「経営」と「家族」生活―一九五〇年代大阪船場の「住み込み」事例から―」『関西学院大学社会学部紀要』一〇四号、二〇〇八年。
- ・有沢広巳監修、安藤良雄ほか編『昭和経済史 上』日本経済新聞社、一九九四年。
- ・池之端穰編『東区会史』大阪市東区役所、一九四四年。
- ・石川弘義ほか編『縮刷版』大衆文化事典』弘文堂、一九九一年。
- ・伊勢戸佐一郎「大阪市主要問屋街」南博編『近代庶民生活誌 第七卷』三一書房、一九九〇年。
- ・伊東光太郎『日本羊毛工業論』東洋経済新報社、一九五七年。
- ・井村雅宥編『京阪神職業別電話名簿改訂八版―通信省公認―大阪之部』報国出版社、一九四一年。
- ・上町織維会館事務局・土橋芳郎編「付属 谷町の思い出地図」『上町織維会館創立五〇周年記念誌・メンズファッションクラブ 結成二〇周年記念誌』島田庸宏、一九九八年。
- ・大喜多藻治郎編『全日本並満州国 羅紗・洋服・製絨業者名鑑』大阪羅紗商同業組合、一九三七年。
- ・大喜多藻治郎編著『既製服名鑑 大阪風土記』毛織商報社、一九五九年。
- ・大阪毛織会館編『梅村衡平翁と大阪毛織会館』大阪毛織会館、一九八五年。
- ・大阪広文館編『阪神職業別電話名簿』大阪広文館、一九三二年。
- ・大阪市社会部調査課編『本市に於ける呉服店員の生活と労働』『社会部報告第七二号』大阪市社会部調査課、一九二八年。
- ・大阪市社会部調査課編『本市に於ける葉業商店員の生活と労働』『社会部報告第八二号』大阪市社会部調査課、一九二八年。
- ・大阪市社会部編「規模の大小により観たる本市商工業労働事情」『社会部報告第二二五号』大阪市社会部庶務課、一九三七年。
- ・大阪市東区史刊行委員会『続東区史 第一巻 行政編』大阪市東区史刊行委員会、一九八〇年。
- ・大阪市東区史刊行委員会『続東区史 第三巻 社会編・文化編』大阪市東区史刊行委員会、一九八一年。

- ・大阪市東区法巴坂町外百五十七箇町区会編『東区史 第三卷 経済編』大阪市東区役所、一九四一年。
- ・大阪市東区役所『大阪市東区勢要覧』大阪市東区役所、一九四一年。
- ・大阪市東区役所編『東区史 第四卷 文化編』清文堂出版、一九八二年。
- ・大阪市編『大阪市店舗分布調査 昭和十年 商業調査』大阪市役所、一九三七年。
- ・大阪市編『大阪市商業調査書』大阪市役所、一九三七年。
- ・大阪市役所編『昭和大阪市史 第一卷 概説編』大阪市役所、一九五一年。
- ・大阪市役所編『明治大正大阪市史 第三卷 経済篇 中』清文堂、一九八〇年。
- ・大阪商業会議所編『大阪商工名録 明治四四年』梅田芳三、一九一一年。
- ・大阪商業会議所『大阪商工名録 大正二年度』大阪商工名録発行所、一九一三年。
- ・大阪商業会議所『大阪商工名録 大正四年度』大阪商工名録発行所、一九一五年。
- ・大阪商業会議所『大阪商工名録 大正一〇年改正』大阪商業会議所、一九二一年。
- ・大阪町名研究会・宮本又次編『大阪の町名―大坂三郷から東西南北四区へ―』清文堂、一九七七年。
- ・大阪都市協会 大阪市都市住宅史編集委員会『まちに住まう―大阪都市住宅史』大阪市、一九八九年。
- ・大阪府立商工経済研究所編『毛織物製品(既製服)卸売業の実態』大阪府立商工経済研究所、一九六四年。
- ・大阪洋服商同業組合編『日本洋服沿革史』大阪洋服商同業組合、一九三〇年。
- ・奥田道大『都市型社会のコミュニティ』勁草書房、一九九三年。
- ・小川龍夫『ファッション／アパレル辞典』織研新聞社、二〇〇四年。
- ・小椋正直『日本毛織物元売卸商業組合史』博信社、一九四三年。
- ・小田喜代治『東京紳士服の歩み』東京紳士服工業組合、一九八五年。
- ・落合正勝『ファッションは政治である』はまの出版、一九九九年。
- ・笠原隆・南元董外編『大阪羅紗商業組合沿革史』大阪羅紗商業組合沿革史編纂会、一九四四年。
- ・加藤龍一編『芦屋市六麓荘四十年史』芦屋市六麓荘町町内会、一九七三年。
- ・関西羅紗商協会編『第二回国産羅紗陳列会誌』関西羅紗商協会、一九三一年。
- ・北尾鏡之助『覆刻版近代大阪』創元社、一九八九年。

- ・北山晴一『おしゃれの社会史』朝日新聞社、一九九一年。
- ・木村慶市『洋装読本』慶文社、一九三七年。
- ・京阪神職業別電話名簿編纂所『京阪神職業別電話名簿―通信省公認―大阪之部』一九三四年。
- ・京阪神職業別電話名簿編纂所『京阪神職業別電話名簿―通信省公認―大阪之部』一九三七年。
- ・今和次郎著、藤森照信編『考現学入門』筑摩書房、一九九三年。
- ・坂森幹浩『売業美術館』http://www.tkc.pref.toyama.jp/furusato/baiyaku/t_01-4.html
- ・時事報電信社『職業別電話名簿 大正一四年用 京都大阪神戸』時事報電信社、一九二四年。
- ・柴田武治編『日本羅紗業史』東部羅紗切売商業組合、一九四三年。
- ・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。
- ・十字屋出版部編『営業別電話名簿―大阪及管内神戸尼崎―』十字屋出版部、一九一八年。
- ・十字屋出版部編『営業別電話名簿―大阪・同管内・神戸・尼崎・西宮・御影―大正一一年用』十字屋出版部、一九二二年。
- ・昭和女子大学被服学研究室『近代日本服装史』近代文化研究所、一九七六年。
- ・島津きみ『シャ―の神田は羅紗の町』鎌倉書房、一九九一年。
- ・新修大阪市史編纂委員会編『新修大阪市史 第七卷』大阪市、一九九四年。
- ・杉村暢二『中心商業地の構造と変容』大明社、二〇〇〇年
- ・ストックアンドゼノック社史編集委員会『ストックアンドゼノック創業百年史』株式会社ストックアンドゼノック、一九八七年。
- ・政治経済研究所編『日本羊毛工業史』東洋経済新報社、一九六〇年。
- ・西部通信局『大阪番地入地図―船場―』通信協会大阪支部、一九一八年。
- ・高柳松一郎編『大阪商工名録 大正一四年改正』大阪商業会議所、一九二五年。
- ・高柳松一郎編『大阪商工名録 昭和五年改正』大阪商工会議所、一九三〇年。
- ・高柳松一郎編『大阪商工名録 昭和八年改正』大阪商工会議所、一九三三年。
- ・武田鼎一編『大阪商工名録 昭和一二年版』大阪商工会議所、一九三六年。
- ・田中忠夫『第二回国産羅紗陈列会会誌付記念講演会』関西羅紗商協会、一九三二年。

- ・ 田野崎昭夫『現代の社会集団』誠信書房、一九七一年。
- ・ 玉川信明『反魂丹の文化史―越中富山の葉売り』社会評論社、二〇〇五年。
- ・ 玉野和志『近代日本の都市化と町内会の成立』行人社、一九九三年。
- ・ 竹馬産業株式会社『竹馬のあゆみ』竹馬産業、一九七七年。
- ・ 通商産業大臣官房調査統計部編『重要商品の流通機構 第三集 第二分冊 毛糸・毛織物』商工会館出版部、一九五一年。
- ・ 辻新三郎編『辻久の七十年』辻久、一九六三年。
- ・ 東京市商工課編『東京市商工名鑑』第六回『昭和一〇年』ジャパンマガジン社、一九三五年。
- ・ 東京市役所編『東京市商業調査書 昭和八年版』芳文閣出版部、一九九〇年。
- ・ 東京繊維協会編『これからの繊維流通』日本経済新聞社、一九六九年。
- ・ 戸所隆『商業近代化と都市』古今書院、一九九一年。
- ・ 中岡志州『丁稚物語 大阪谷町生活記』中岡書店、一九八六年。
- ・ 中込省三『日本の衣服産業―衣料品の生産と流通』東洋経済新報社、一九七五年。
- ・ 中嶋弘産業株式会社編『回顧七十五年』中嶋弘産業株式会社、一九七二年。
- ・ 中野香織『スーツの神話』文芸春秋、二〇〇〇年。
- ・ 中野卓『商家における同族の変化』『社会学評論』一二巻二号、一九六二年。
- ・ 中野卓『商家同族団の研究』未来社、一九六四年。
- ・ ナカヒロ編『一世紀の波濤を越えて 株式会社ナカヒロ創業一〇〇周年記念誌』(株)ナカヒロ、一九九四年。
- ・ 中村隆英・藤井信幸編著『都市化と在来産業』日本経済評論社、二〇〇二年。
- ・ 鳴神静一『日本全国羅紗商大会国産羅紗陳列会記念写真真帳』日本全国羅紗商大会事務局、一九三〇年。
- ・ 日本服地卸業界史編纂委員『日本服地卸業界史(附) 日本羅紗業史・抄』東京服地卸商協同組合、一九七九年。
- ・ 橋本毛織社事五十年史編纂委員会編『風格を求めて五十年―橋本毛織創業五十年史』橋本毛織株式会社、一九七五年。
- ・ 一〇〇周年記念社史編纂委員会編『鷹岡一〇〇年のあゆみ』鷹岡株式会社、一九八五年。
- ・ 廣島暁『大阪市船場地区における繊維卸売商店集団の地域的展開と店主層の系譜―明治中期から昭和初期を中心として』、一九九六年。

- ・深喜毛織株式会社編『深喜毛織百年史』深喜毛織株式会社、一九九〇年。
- ・服装文化協会編『増補版 服装大百科事典 上巻』文化出版局、一九八六年。
- ・藤本利治『同業者町』雄渾社、一九六三年。
- ・文化出版局編『服飾辞典』文化出版局、一九七九年。
- ・前田英雄『暮らしを支えた越中売葉』 <http://www.tkc.pref.toyama.jp/furusato/baiyaku/t/01-2.html>
- ・町村敬之・西澤晃彦『都市の社会学―社会がかたちをあらわすとき―』有斐閣、二〇〇〇年。
- ・丸山侃堂・今村南史『丁稚制度の研究』上笙一郎編『日本子どもの歴史叢書』久山社、一九九八年。
- ・南元秀吉編『羅紗洋服商名鑑 再版』中外毛織新聞社、一九二七年。
- ・三宅宏司『千住製絨所―明治二〇―三〇年代および被服廠との関連を中心に―』日本生活学会編『生活学第二十八冊 衣と風俗の一〇〇年』ドメス出版、二〇〇三年。
- ・宮本又次『大阪町人論』ミネルヴァ書房、一九五九年。
- ・メルボ紳士服編『メルボ五〇年の歩み』『羅紗・洋服百年の歩み―大阪紳士服業沿革史―』メルボ紳士服株式会社、一九七〇年。
- ・森弥三郎編『最大効益大阪買物便利』鴻英堂、一八八八年。
- ・柳洋子『流行の構造 制服社会からファッション化社会へ』文化出版局、一九七八年。
- ・柳洋子『解説・総説 服飾―南博編『近代庶民生活誌 第五卷』三一書房、一九八六年。
- ・矢作弘『大阪谷町訴訟―空洞化した町人会と行政の寄生関係を問う』矢作弘・小泉秀樹編著『成長主義を超えて―大都市はいま』日本経済評論社、二〇〇五年。
- ・山崎豊子『船場狂い』『暖簾／花のれん／しぶちん 山崎豊子全集・一九五七―一九八五 第一巻』新潮社、一九八五年。
- ・渡邊啓野・松下直文・岩崎義一『大阪市における専門店街の発展過程と店舗の立地分布特性に関する研究』『都市計画』Vol.51 No.5 11001年。
- ・洋服業界記者クラブ「日本洋服史刊行委員会」編『日本洋服史 一世紀の歩みと未来展望』洋服業界記者クラブ「日本洋服史刊行委員会」、一九七七年。
- ・読売新聞大阪本社社会部『実記・百年の大阪』朋興社、一九八七年。

- ・『人事興信録』各版。
- ・「読売新聞」一九二九年四月四日。
- ・『大阪春秋』一二号、大阪春秋社、一九七六年。
- ・『大阪春秋』一〇二号、大阪春秋社、二〇〇一年。
- ・『スタイル』スタイル社、各誌。
- ・『世界の流行』日本洋装協会、各誌。
- ・『テイラー』洋装研究社、各誌。

本稿は、大阪市政調査会『市政研究』所収の石角容子・矢作弘「近代都市大阪における羅紗商の活動とその意義（第一五六号 二〇〇七年七月二五日、第一五七号 同一〇月二五日、第一五八号 二〇〇八年一月二五日、第一五九号 同四月二五日）を加筆・改題したものです。転載を許諾いただいた同会に対し、御礼を申し上げます。

羅紗商とその活動の軌跡

——近代都市大阪の社会・まち・ファッションにみる諸相

石角容子

二〇〇九年五月一日第一版発行

© | Yoko Ishizumi 2009

発行所 kinokopress.com

代 表 森岡正博

所在地 大阪府堺市中区学園町一一一

大阪府立大学人間社会学部 倫理学研究室内

連絡先 www.kinokopress.com 内の連絡先に問い合わせ

本文レイアウト＋デザイン 貞重紹義＋石角容子

本書およびPDFファイルの無断複写は、著作権法上での例外を除き、
禁じられています。

ISBN なし