

大阪大学経済学

第70卷 第3・4号

2021年3月

OSAKA
ECONOMIC
PAPERS

大阪大学経済学会
大阪大学大学院経済学研究科
大阪府豊中市待兼山町

大阪大学経済学

(欧文誌名 Osaka Economic Papers)

本誌は大阪大学経済学会・大阪大学大学院経済学研究科の紀要として年4回、邦文ならびに欧文の論稿によって刊行される。

本誌の編集は、大阪大学経済学会によって選ばれた編集委員3名により行われる。編集委員は寄稿された研究成果を選定し、論文・覚書・資料および書評に類別して本誌を編集する。

大阪大学大学院経済学研究科に所属する研究者はその研究成果を本誌に寄稿することができる。なお、大阪大学大学院経済学研究科に所属しない研究者による研究成果も、大阪大学大学院経済学研究科における研究と密接な関係にあるものについては寄稿することができる。

なお、寄稿する際は「大阪大学経済学会」会員として、年会費¥4,000を納入する必要がある。

大阪大学経済学会会則

- 第1条 本会は大阪大学経済学会と称する。
- 第2条 本会は経済学、経営学の研究と発表を目的とする。
- 第3条 本会の事務所を大阪大学大学院経済学研究科に置く。
- 第4条 本会は下記の事業を行う。
1. 雑誌「大阪大学経済学」の発行（年4回）
 2. 研究会及び講演会の開催（随時）
 3. その他、評議員会で適当と認めた事業
- 第5条 本会は下記の会員を以て組織する。
1. 普通会員（大阪大学大学院経済学研究科の教員、大阪大学の院生・学生・卒業生及び評議員会の承認を得た者）
 2. 賛助会員（本会の事業を賛助する者）
- 第6条 会員は本会の諸事業に参加できる。
- 第7条 本会に下記の役員を置く。役員の任期は2年とする。
1. 会長（大阪大学大学院経済学研究科長を以ってこれに充てる）
 2. 評議員（大阪大学大学院経済学研究科の教授・准教授・講師を以ってこれに充てる）
 3. 雑誌編集・庶務・会計の委員若干名（評議員中より互選する）
 4. 書記若干名
- 第8条 本会の運営はすべて評議員会の決議による。
- 第9条 会長は本会を代表する。
- 第10条
1. 普通会員は会費として年額4,000円を納入するものとする。
 2. 賛助会員は会費として年額10,000円以上を納入するものとする。
- 第11条 本会則の変更は評議員会の決議による。

大阪大学経済学会評議員

会長 福田 祐一

評議員 (ABC順)

鳩 澤 歩	Bénaïm Michel Claude Poignard	堂 目 卓 生	福 重 元 嗣
福 田 祐 一	二 神 孝 一	開 本 浩 矢	廣 田 誠 (編集)
石 黒 真 吾	祝 迫 達 郎	笠 原 晃 恭	加 藤 隼 人
勝 又 壮 太郎	葛 城 政 明 (会計)	松 村 真 宏	三 輪 一 統 (会計)
村 宮 克 彦	中 川 功 一 (編集)	西 原 理	西 村 幸 浩
西 脇 雅 人	新 田 啓 之	延 岡 健 太 郎	大 西 匡 光 (庶務)
太 田 亘	大 竹 文 雄	恩 地 一 樹	小 野 哲 生
尾 立 唯 生	大 屋 幸 輔	Pierre-Yves Donzé	佐々木 勝
関 絵 里 香	椎 葉 淳	竹 内 恵 行 (編集)	谷 崎 久 志
浦 井 憲	Wirawan Dony Dahana	Xia Chenxiao	許 衛 東
山 田 昌 弘	山 本 千 映	山 本 和 博	安 田 洋 祐

大阪大学経済学 第70巻 第3・4号

目 次

論文

高度成長期の阪神地域における日用品小売商業の展開と「買物バス」の運行 廣 田 誠	1
2020年度 学生懸賞論文 受賞作要旨	11
『大阪大学経済学』第70巻 令和2-3年 総目次	i

高度成長期の阪神地域における日用品小売商業の展開と「買物バス」の運行

廣 田 誠

要 旨

本論文の目的は、高度成長期の阪神地域を対象として、日用品小売商業の展開に「買物バス」の運行が果たした役割を明らかにし、小売商業史や交通史の研究深化を図るとともに、「買い物弱者」問題という今日的課題の解決に一定の示唆を与えることである。その成果は以下の通りである。高度成長期の阪神地域では、団地やニュータウンの開発が盛んに行われ、人口が急増し、また増加した人口の大半は若年層であった。しかし住民の増加に日用品小売商業施設の整備は伴なわなかった、それは住民の生活に深刻な影響を及ぼした。さらに当時は自家用車の普及もいまだ十分ではなかった。この時、問題の解決策として注目を集めたのが「買物バス」の運行であった。買物バスの運行はしばしば周辺の小売業者との軋轢を生じた、また買物バスの運行は重い経費の負担を伴った。しかし買物バスを運行することにより、小売業者は消費者の期待に応え、またその業績を向上させたのである。

JEL Classification : N75, N85, N95

キーワード：高度成長期、阪神地域、日用品小売商業、買物バス、小売市場、買い物弱者、団地、ニュータウン

はじめに

近年社会問題として注目を集めていることの一つに、「買い物弱者」問題がある。これは、地域の暮らしを支えてきた商店街やスーパーがさまざまな要因により閉鎖され、その結果周辺の住民が生鮮食料品を中心とする日常生活に不可欠の物資の調達困難に陥ることで、当初は人口の現象が顕著で、また公共交通機関の衰退した過疎地の、自動車の運転が困難となった高齢者の問題と考えられていたが、近年では大都市地域でも高齢化の著しい団地やニュータウンにおいても、同様の問題が発生している。そしてその対応策としては、自治体による小売商業施

設の設置や、私鉄企業による買い物を含めた生活支援サービスの展開、移動販売車の運行などが見られる¹。

¹ 買い物弱者問題とその対策に関する近年の動きについては下記の記事を参照されたい。
 「買い物付き添い・家事代行…京王電鉄が高齢者向け生活支援」『日本経済新聞』2012年3月7日配信
 「買い物お助け、私鉄競う、沿線の魅力向上で高齢者つかむ、京急、スーパー送迎、小田急は宅配拡大」『日本経済新聞』2016年9月14日配信
 「“買い物難民” 移動販売で支援 神戸など、JAや生協」『神戸新聞NEXT』2017年6月27日配信
 「生鮮品店、村内1店のみ、白川村に移動販売車」『岐阜新聞Web』2018年5月17日配信
 「スーパー・コンビニ「公設民営」 買い物弱者対策 出店相次ぐ」『北海道新聞』2017年8月21日配信
 「関西スーパー、神戸で移動販売車「とくし丸」運行」『神戸新聞』NEXT 2017年8月21日配信

これに対し団地やニュータウンの開発が盛んに行われた高度成長期の日本の大都市地域では、人口が急増し、またその大半が若年層であったにもかかわらず、それに日用品小売商業施設の整備が伴わず、住民の生活に深刻な影響をおよぼした。そして自家用車の普及もいまだ十分ではなかった当時、こうした問題の解決策として注目を集めたのが「買い物バス」の運行であった。本稿は当該期の阪神地域を対象としてこうした現象の実態を紹介し、小売商業史や交通史の研究深化を図るとともに、「買い物弱者」問題という今日的課題の解決に一定の示唆を与えることを目標とするものである。

1. 昭和30年代初頭の阪神地域各都市における小売市場と買い物バス

(1) 西宮市

小売市場とは第一次世界大戦期の物価高騰に対処するため1918年大阪市が開設した公設小売市場が呼び水となり、以後戦後の高度成長期まで生鮮食料品を中心とする日用品の小売販売に大きな役割を果たした小売業態で、とくに関西地域においてはこのような小売市場が日用品の購入に果す役割には大きなものがあつた。そして高度成長の始期にあたる昭和30年代初頭の阪神地域各都市では、以下のように小売市場が集客手段として「買い物バス」と称し無料送迎バスの運行を行っていた²。

まず西宮市の場合、市内で営業する27カ所の小売市場で「買い物バス」を運行していたのは阪急、寿、双葉の三市場のみであった。このうち寿市場（鳴尾町里中）は、「市場激戦地」といわれた鳴尾地区に1956年4月工費1千万円で着工、7月13日に完工した。鳴尾商工協同組合（理事長・岡田菊次郎）の経営で、木造平屋建て300坪、店舗数38、後発の劣位をカバーすべく塵埃焼却場を備え、また直射日光の

防止に配慮し衛生的な市場とした³のみならず、開設と同時に買物バスの運行を開始した。その理由は、同市場が住宅地までかなり離れた場所（「畑の真ん中」）で営業していたことにあつた。午前10時から午後5時半まで10分おきに約400m離れた五地区へバスを運行し、同市場の一日の来店者約2500人のうち3分の2はこの「買い物バス」を利用していた。1ヵ月のバス維持費は約8万円で、同市場内の34店が分担した。路線バスとは運行ルートが重複しておらず、トラブルも発生していなかった。

一方阪急市場（津門呉羽町）は1954年、双葉市場（分銅町）は1955年にそれぞれ「買い物バス」の運行を開始していた⁴が、その目的は新規顧客の開拓にあつた。西宮市の場合、小売市場数が多いにもかかわらず、立地が特定の場所に集中していたため、住宅地として発展しながら小売市場が全く開設されない上ヶ原地区（甲東園駅西側一帯）のような場所もあつた。そこで阪急と双葉の両市場は、上ヶ原を中心にした住宅地へ「買い物バス」を運行し、一日約300人の買物客を運んでいた。その運行ルートは路線バスと一部重複していたが、買物客以外に乗る者はなく、特に問題は生じなかったという。なお以上西宮市内三市場の「買い物バス」は、すべて正規の資格を有する運転手が運転するものであつた。

しかしその後西宮市では、小売市場の「買い物バス」の中に中止に追い込まれるものも現れた⁵。1959年4月1日食料品部門が開業した甲子園センター（国鉄甲子園口駅前）は、宣伝車を付近の商店街に走らせて集客を図っていたが、遠方からの買物客の要望で買物客の送迎を開始し、ほぼ一日中付近住宅街と市場の間にバスを往復させたところ、便利な「買い物バス」と

² 『神戸新聞』阪神版 1958年9月1日

³ 「鳴尾の“ことぶき”市場完成」『神戸新聞』阪神版 1956年7月14日

⁴ 「いかにして客を集めるか 秘策練る各市場」『神戸新聞』阪神版 1956年5月21日

⁵ 『神戸新聞』尼崎版 1958年5月26日

して買物客に好評となった。しかしこれにより甲子園センターと駅前広場を間に挟んで向かい合う甲子園マーケットの客数が約3割減少するなど、近くの市場・商店街は大きな打撃を受けた。そこでこれらの市場・商店街は、大阪陸運局兵庫陸運事務所に対し、甲子園センターの「買物バス」を取り締まるよう陳情した。運輸大臣の許可を得ずバスを運行することは道路運送法違反であったため、同陸運事務所は5月25日、甲子園センターに対し宣伝車による客の送迎を中止するよう指示した。そのため「甲子園センター」の「買物バス」は26日から運行中止に追い込まれた。

(2) 宝塚市

市内6ヵ所の小売市場のうち仁川市場と清荒神市場が「買物バス」を運行していた。仁川市場は1956年2月から運行を開始し、毎日午前4回、午後5回運行していた。これらの路線はバス会社の運行ルートとはほとんど重複していなかったため、バス会社側からの抗議は見られなかった。また利用者の中には「買物バス」を利用しながら電車の駅で途中下車する者も相当あったが、仁川市場側は「これもサービスとしてやむを得ない」と黙認していた。一方清荒神市場の「買物バス」は宣伝車として運行許可を得たもので、宣伝を主目的として市内を循環し、その途中で買物客を便乗させる形をとっていた。同市場のバス担当者は「買物バスとして申請しており、認可があれば本腰で力を入れたい。いま車を動かしている範囲はバスも通らず、通っていても回数が少ないため市民は買物バスをどれだけ歓迎しているか知れません」と述べていた。

(3) 伊丹市

「阪急市場」が開業時の1956年11月より、周辺に住宅の少ない不利な立地条件を克服するため、「買物バス」を無料で運行していた。伊

丹市交通部に交渉し、一日5千円の契約でバスの運行を委託、その費用は同市場内の商店42軒が分担、これは各商店にとってかなりの負担であった。そのため同市場の副会長は「市場の周りに家がどんどん建ってこんなことをしなくても客が集まるようになればもちろん、買物バスはやめたい」と語っていた。

(4) 川西市

かつて「物価が高い」と言われていた同市において、その開業以降物価を急速に引き下げ市民を喜ばせていた新町センター街は、開設2年目の1957年から「買物バス」の運行を開始し、川西市内はもとより、隣接する宝塚市山本まで車を乗入れ、買物客の誘致に力を注いでいた。「買物バス」の運行に要する経費は1日6千円で、市場内で営業する50軒が日掛200円の貯金より支出していた（一店当たり負担額は1日120円）。バスは自家用ではなく阪急バスを借り切ったものであったため、バス会社との間で営業路線の重複をめぐる紛争はみられなかった。市場側にとって「買物バス」の運行は相当の負担ではあったが、「腰の重い住宅地や農村地帯の住民を集客するためには止むを得ない」と受け止められていた。

(5) 尼崎市

このように西宮、宝塚、伊丹、川西の各市においては、立地条件に恵まれない一部の小売市場が、市場内小売商人の経費負担で「買物バス」を運行し集客につとめていたのに対し、尼崎市では、35ヵ所と阪神間で最多の小売市場が開設されていたにもかかわらず、「買物バス」の運行は見られなかった。その理由は、都心部から郊外の住宅地に至るまで、各地域に需要に応じた割合で小売市場が分布していたことにあった。もっとも尼崎市内でも北部は物価が高く南部は安いため、北部から南部への買物客の移動は見られたが、これらの買物客はもっぱら

発達した市営バスを利用し、小売市場が経費を負担して「買物バス」を運行する必要はなかったという。それどころか尼崎市南部の小売市場は「電車賃を使って来ても安い」という定評が広く浸透していたため、市南東部の杭瀬地区には大阪市西部から、また南西部の出屋敷地区には西宮市から買物客が訪れるほどであった。

2. 高架下への移転と買物バスによる集客で活路を開いた双葉市場（西宮市）

双葉市場⁶は、昭和30年代に寿市場、阪急市場とならび西宮市内で「買物バス」を運行する三つの市場のうちの一つであった。1950年の開業当時、「双葉市場」の周辺（分銅町）は「畑の中にポツンと店舗が建つだけの辺りな場所」であった。そこで同市場は、路線バスが不便であった西宮市北部の住宅街に注目し、1956年9月古トラックを改造し、「双葉買物バス」と銘打って客の送迎に使い始めた。これが同市場による「買物バス」の始まりであった⁷。

その後同市場は、近隣へ「阪神間の有名店が一同に会する」五階建ショッピングビルが進出したことをきっかけに、1963年2月7日より定休日と夜間を利用し場内への完全冷房装置設置を含む全面的な改装工事を行った。工費はおよそ1300万円（出店者一店舗当たり約30万円の負担）で、両側の入口と大屋根の一部を改修したほか、新たにつり天井を設けて照明装置を全面的に改装した⁸。さらに①分銅町を中心として10町、3500世帯という同市場の商圏内には当時、生活協同組合やショッピングセンターが進出し、また市場間の競争も激しくなっていた、②当時都市計画道路として市道・札幌筋線の拡張が予定され、これにより同市場の倉庫や従業

員宿舎などが道路用地の対象となった、の二点を理由として、全面改装からわずか6年後の1969年4月、双葉市場はそれまでの市場を閉鎖し、阪急電鉄神戸線の高架下（西田町）へ市場全体を移転し、同時に名称を双葉ニュータウンと改めた。

移転後の「双葉ニュータウン」は、順調にその経営を発展させ、昭和50年代初頭には阪神間の小売市場で不況と過当競争により苦境に立たされるところが多くなっていた中、業界の注目を集めていた⁹。数々の困難に直面しながらも同市場の経営が順調に推移した最大の要因は「買物バス」の運行にあった。運行開始後20年間この「買物バス」は無事故を誇り、「利用者の人気も上々」であった。最初は古いトラックを改造の上使用していた車両も、二代目からは中古のバスを購入してこれにあて、さらに五代目からは新車の購入に踏み切った。1975年7月に購入した十代目は74人乗りで「観光バスなみのデラックス車」であった。車両購入費600万円に加え専任運転手への給与、維持費、燃料費など年間500万円の経費はすべて同市場が負担し、買物客はこれを無料で利用できた。同市場はこの「買物バス」を、市場を中心として東と西の各方面に一日それぞれ5往復巡回させ、途中46カ所のバス停を経ての走行距離は計110kmに達し、一日当たりの利用者は500～1000人となっていた。

このような努力が功を奏し、昭和50年代初頭の同市場は、「市内の小売市場の中でもトップクラスの売上げ」を記録し、他の市場が「不況と過当競争で青息吐息」であったにもかかわらず、「市場の採算ラインとされる客数のおよそ二倍」の顧客を集めていた。同市場の大西昌良理事長（当時）は、「何かの都合で運転手が休むときは、ガクンと客が減りますなあ。そういうわけで、新車購入時にはいつも“こんな高

⁶ 以下の双葉市場に関する記述は、特記なき限り「いかにして客を集めるか 秘策練る各市場」（『神戸新聞』阪神版 1956年5月21日）による。

⁷ 『神戸新聞』阪神のページ 1975年10月7日。

⁸ 『神戸新聞』阪神版 1963年1月21日

⁹ 『神戸新聞』阪神のページ 1975年10月7日

い車やめとこ”という声が出るのに、いざ総会となるとだれ一人反対しまへん」と語り、「買物バス」の運行が同市場の繁栄を支える不可欠の要素であることを認めていた。また買物客も「坂道の多い北部は、重い荷物を下げる帰り道が大変なので助かります。それに、バス代もバカになりませんからね。これからも無料で続けてほしい」と、同市場の「買物バス」運行を高く評価していた。このように双葉ニュータウンの運行する「買物バス」が好評であったため、当時神戸市北区の鈴蘭台や山の街など丘陵地の小売市場でも同様の無料「買物バス」を運行するものが見られた。

このように「買物バス」は双葉ニュータウンの繁栄には欠かせないものであった。しかしながらこの「買物バス」運行には以下のような問題点があった。「双葉ニュータウン」の場合、本来特定の乗客の送迎にのみ使われる「白ナンバー」の車両に不特定多数の利用者を乗車させていたが、これは法的に問題のある行いであった。本来であれば無償旅客自動車事業法に基づき「青ナンバー」を取得して路線申請を行い、運輸大臣の認可を受けなければならなかったのである。この点につき双葉市場側では「青ナンバー化にあたって、新たな規制も受けるが、乗客の安全を考え検討したい」と語り、法的問題の解決に前向きな姿勢を示していた。

また双葉市場が阪急電鉄の高架下に移転し双葉ニュータウンに改称した直後、これを追うように進出してきたスーパーマーケットのエース夙川店との間に、「買物バス」の運行費用を巡って以下のような紛争が生じた¹⁰。1969年10月、エースに対し双葉ニュータウンは「スーパーの客もバスを利用するのだから維持費の一部を負担するのは当然」と「買物バス」運行費の一部を負担するよう要求した。当時双葉ニュータウンの客数は一日およそ5000人で、

そのうち約二割に当たる800～1000人が同市場の運営する「買物バス」を利用していた。この「買物バス」は、同市場前から①神垣・満池谷②新甲陽・上ヶ原③高座町・関学行き、の三路線で1日15本（毎日午前9時半から午後5時半まで1時間半間隔で折り返し運転）を運行していた。当時月13万円の「買物バス」運行経費は、同市場に出店していた40店舗と付近の商店数軒が協力金の形で分担していた。しかしエース側はこの要求を拒否した。そこで同市場はエースの顧客に対し、立て看板を以て「買物バス」の乗車を拒否する旨通告した。

双葉ニュータウンを運営する西宮双葉市場商業協同組合の西田門理事長（当時）によれば、同市場は「地区全体の発展」を意図してエースに協力を申し入れ、分担割合を双葉40%分、エース60%として、月5万円程度を負担するよう要求した。しかしエース側から「うちの客はバスを利用しない」と反論されたため、対応を臨時理事会で協議し、「大人げないとは思いますが、あんなに挑戦的に出られては仕方がない」と強硬策＝バス利用の拒絶に踏み切ったのであった。

これに対しエース側は、以下のように双葉市場側の要求が不当なものであることを訴えていた。

「のっけから、お前のところの客もバスを利用するのだから月八万円を出せでしょう。だいたい四分六分というもおかしい。市場は四十六店舗だけど、うちは店舗数になおしてもやっと七店舗程度。売り場面積からいっても、いかに不平等な申し入れかがわかる」「それに初めから、無理を押しつけてつぶしてやろうという態度。すぐ東側にあるニュー札幌商店街には何もいわないで、うちにだけですからねえ。」

「お買い物バスなど前時代的。店舗のないなかなかいざ知らず・・・スーパーのあり方からいっても遠方の客を運ぶ必要はない」

¹⁰ 『神戸新聞』 阪神版 1970年4月15日

さらにエース側は、急に話し合いを打ち切ったのは自分たちではなく双葉ニュータウン側であると指摘し、この点からも双葉ニュータウンの主張が不当であることを強調した。かくしてこの対立は平行線をたどったまま、いっこうに解決のきざしはみられなかった。

しかしながら、このような新規参入者との紛争を乗り越え、その後も双葉ニュータウンは発展を続け、昭和50年代初頭には、その運営方法が新興の小売市場に「双葉商法」として模倣されるほどの存在となっていたのである。

3. 豊中市庄内地区の小売市場における「お買い物バス」の運行

昭和30年代前半、豊中市内の阪急庄内駅付近では、ある小売市場が客寄せの無料バスを運行したことがきっかけとなり、紛争が勃発した。同地区の人口は、住宅の増加により1958年初めには3万人を突破した。それにともない小売市場の開設も相次ぎ、既存の4ヶ所に加えて2～3ヶ所の開設が計画されるほどであった。このように小売市場が乱立する中、駅付近で3年前から営業していたA小売市場に対し、立地に恵まれないH小売市場（1957年12月開業、41店舗）は、この不利を克服するために、1958年2月から「お買い物バス」で客を集める試みを始めた。これは40人乗り観光バスと30人乗り自家用バス2台をチャーターし、上津島一庄本一島田、公団服部住宅一協会で豊島住宅、大塚一曾根一豊中駅方面と、ひろく市内一円を巡回するものであった。

この試みに対し、市内16市場のうちH小売市場を除く大多数の市場で結成している豊中市小売市場連合会は、商工会議所を通じH小売市場に対して「バスで広範囲に客をさらうのは同業者泣かせも甚だしい。もう少し商道徳をわきまえて欲しい」と抗議した。これに対しH小売市場の責任者は「決して同業者と敵対するつも

りでやっているのではない。立地条件も悪く新しい市場なので、出血覚悟でやっている。一日の費用が一台八千円、二台で二万六千円必要であり、商売が軌道に乗るまでのつもりでいる。いまのところ二台で四、五百人のお客に乗ってもらっているが、サービスが喜ばれてもっと続けてほしいという声が強い。」と反論した。H小売市場に対しては、「立地条件の悪いH市場ではバスで客を集めないと成立ってゆかない」という同情の声もあった。またバス利用者の中には、H市場前で降りた後、そのまま他の市場へ買いに行く「ちゃっかり組」もあり、これに対しH市場は、日付のついた同市場の買上印を見せた人だけを「お買物バス」に乗せる、という自衛策を採っていた。

対立する両者の言い分に対し、豊中商工会議所南出張所は、「H市場はその立地条件からみてバスを使う必要が認められるが、白ナンバーの自家用バスを使用するのは問題がある」、との見解を示し、豊中警察署も17日、「宣伝用に許可した小型のバスに客を乗せるのは用途外使用で違法である」と、H小売市場に対し警告を行った。つまり商議所や行政当局も、H市場がバスによって集客することそのものを否定できなかったのである。一方この問題について会合を開いた豊中市小売市場連合会も、根本的な解決策を見出すことはできず、とりあえず折をみてH小売市場に加入をすすめ、お互いに無益な競争をやめるよう話合うことを決定するにとどまった¹¹。

4. 東豊中団地住民の「買出しバスツアー」¹²

その後も庄内地区が物価の安い地域としていかに豊中市民に親しまれていたかを物語るのが、東豊中団地の主婦たちによって組織され

¹¹ 『読売新聞』1958年3月19日朝刊、『朝日新聞』1958年3月19日朝刊

¹² 『毎日新聞』1963年9月10日

た庄内地区への「買出しバスツアー」である。東豊中団地（当時 1560 世帯が入居）では 2 軒のスーパーマーケットが営業していたが、約 8 km 離れた庄内地区の小売市場の方が野菜なら 2 割、衣料品は 3 割も値が安かった。そのため、団地の主婦たちは阪急電車やバスの定期券を購入して庄内へ「買い物通い」をしていた。ところが 1962 年 11 月電車が、また 1963 年 5 月にはバスがそれぞれ運賃を値上げし、またその他の諸物価も「頭の痛くなるような」値上がりを示した。そこで、これらの値上げに耐えかねた同団地自治会が考え出したのが、「観光バスショッピング」であった。

これはまず、団地の集会所で家庭用品や食品メーカーの「見本市」を開き、寄付のかたちで業者から“出品料”を集め、そしてこれを資金に観光バス 1 台を 1 日 7500 円でチャーターし、主婦たちから往復 20 円の会費でバスツアー会員を募集する、というものであった。当時、バスや電車ならば団地から庄内までの交通費は往復で 40 円～90 円が必要であったから、160 枚用意した会員証は瞬く間に売り切れたという。

ツアー初日の 10 日には午前 9 時半から 4 本が折返し運行され、これによって買い物カゴをさげた主婦たちが団地と庄内市場の間を往復し、そのほとんどは 3～4 日分の買い物をした。庄内の市場はまとまった数量でのみで小売りするのが慣習であったから、主婦たちも従来から「三軒ほどの家庭がひとまとめに買い物をして、その後買った品物をわける」というやり方で買い物を行っていた。このことがバスツアーの成功をもたらしたのである

5. 千里ニュータウンにおけるスーパーの「無料買物バス」運行問題

千里ニュータウンは日本初の大規模な「人工都市」「実験都市」で、吹田、豊中両市にまたがる 1500 ha の丘陵地に人口 15 万人の新都

市をつくるマスタープランが決定されたのは 1960 年 10 月のことであった。そしてこの千里ニュータウンの商店街は、ロンドン郊外のハロウ・ニュータウンをモデルとして、整然と計画的に配置され形成されたものであった。

千里地区では、日用品の購入は近隣センター、多少選択の必要がある商品の購入は地区センター、さらに選択の必要が大きい高級品の購入は中央地区センターと、住区、地区、ニュータウン全体にあわせた段階式の商業施設が計画的に配置されていた。まず約 2500 戸の住区ごとに一ヶ所の近隣センターが設置され、そこにはスーパー、またはマーケットと日常の食料品や下着などの店を主体とする 10 軒の小売店が配置された。こうした近隣センターはタウン内に 12 ヶ所設置され、住民は徒歩 10 分圏内で日用必需品を購入できるよう計画されていた。さらに家庭電気器具やブラウスなど「ちょっと選択の必要なもの」を買う場合のために、3 ヶ所の地区センターが、阪急電鉄千里線南千里駅などの駅周辺に配置された。その中でも北大阪急行電鉄千里中央駅周辺の中央地区センターは、百貨店と高級専門店街を持つ上位の商業集積として性格付けされていた¹³。

しかしこのように計画的に形成された商業集積によって充たされないニュータウン住民の需要に対応し、「隙間産業」として活躍する商人たちの存在も見逃すことのできないものであった。1970 年 10 月の新聞記事によれば、当時の千里ニュータウンには、朝になるとアパートの谷間に野菜の露店が開かれ、その隣では小型トラックの荷台を店として魚や豆腐が販売されていた。これらの露店は、大阪府によって営業を禁じられていたにもかかわらず、ニュータウン内におよそ 30 店が店開きし、住民の生活に定着していた。非合法営業であったため、警察による取締りは行われていたが、顧客である住民

¹³ 『朝日新聞』1970 年 10 月 19 日

たちの抗議によって、警察官が営業を黙認せざるを得ない場合もあったという。

このように露店が住民に支持された原因は、まずその販売価格の安さにあった。さらに、近隣センターに近く人の集まるところに店を開き、「けさ産地から到着したばかり」と野菜の鮮度を強調したり、大きなキャベツはその場で半分に切って販売する、階段を登って配達もすれば、掛売りもする、といった柔軟なサービスによってもまた、露店は住民に支持された。

これに対し近隣センターの小売店主の中には「露店は家賃も税金もタダだから安いはず。こっちは鉄筋の店だからその償却も大変」と不平をもらすものもあった。しかし「露店が安いというのなら近隣センターがもっと値段とサービス精神を勉強すべき」とニュータウンを管理する大阪府企業局宅地開発部の幹部もコメントせざるを得ないほどに、露店はニュータウンの住民に支持されていたのである。

ある主婦は、露店商人について「安いし、産地直送が多いから新鮮。スーパーみたいにビニール包みでないところがいい。それに露店だとおっちゃんとお客との間に会話がある。これは大切なこと」と感想をのべていた。また他のある主婦の場合、その家計簿で1ヶ月の食料品の購入割合を見ると、近隣センター45%、露店30%、地区センター20%、吹田旧市内の店5%、となっており、露店が千里ニュータウンの住民に欠かせない日用品の購入先になっていたことが示されていた¹⁴。

結局、露店がこのように住民に強く支持されたのは、千里ニュータウンの商業集積の形成があまりにも計画的になされたために生じた硬直した体制のもたらす価格、品揃えやサービス水準への不満がその背景にあったものと思われる。そのことは、次に示すスーパーの無料買物バス運行に関するトラブルにも現われていた。

ダイエー曾根店（阪急電鉄宝塚線曾根駅前）は、1972年4月1日より吹田市の千里ニュータウンとの間に無料買物バスを走らせ始めた。これは2年前から「団地巡回バス」を運行させて売上を伸ばしている堺市内のダイエー店舗にならったものであった。ダイエーがバスを走らせたのは吹田市桃山台二丁目の北大阪急行電鉄桃山台駅前からの約8kmで、60人乗りのバス2台で午前9時半から午後6時までの間1時間に2本づつ計17往復を運行し、途中7カ所の停留所でも客を乗降させた。運転手、車掌の人員費などを合わせて月に約80万円の経費を要したが、80%の乗車率があれば1人当たり1800円の買物で収支が償えたという。このバスは「無料」であることが魅力となり、休日には満席となるほどの好評ぶりであった。

これに対して豊中市の商店街連合会（上柴常一会長）と小売市場連合会（山口将行会長）は強硬に廃止を申入れた。バスの停留所が小売市場の入口近くにもでき、目の前でみすみす客をさらわれる有様だったためである。「ダイエーは去年六月に曾根へ進出したとき、地元の商店と協調すると約束したはずだ。」と憤る上柴会長に対し、ダイエーの木下店長は「協調の約束といっても、商売を自粛したり、自由競争をやめるということではない。利用者の便を考えてのバスなのだから、判定はお客さんにつけてもおおう」と譲らぬ構えを見せた。そこで両連合会は豊中商工会議所に調停を依頼したが、同会議所も「両者とも会議所の会員。いいぶんもそれぞれにわかる。話合いで、なんとか円満解決してほしい」と、困惑するのみであった¹⁵。

結局、1972年11月1日をもってダイエー曾根店～千里ニュータウン間の無料バスは廃止されることとなった。しかしこれに対し10月31日、千里ニュータウン自治会などの住民3500名は、署名を添えて豊中市に対し無料バスの続

¹⁴ 『朝日新聞』1970年10月19日

¹⁵ 『朝日新聞』1972年5月23日。

行を申入れた¹⁶。「無料バス廃止反対の会」の会長（東豊中第二団地自治会員）は「地元商店街の不買運動、団地へのスーパー誘致も辞さない」と強硬な姿勢を見せ、「スーパーと商店の共存共栄が廃止の理由だが、かんじんの消費者の意見を無視したものだ。消費傾向、サービス、消費者が買物に便利な交通機関がないことなどを調べていない反対のための反対だ」と怒りをあらわにした¹⁷。またバスを利用していた団地の主婦は、「バスは気軽に乗れたのでとかく部屋の中に閉じ込めりがちな主婦を外へ連れ出すという精神的効果も大きい。安い品を購入できるという面で市民の福祉向上にも役立っており、ダイエーと地元商店街との再度の話し合いでぜひ再開して」と要望していた¹⁸。さらに上新田住宅ひまわり婦人会副会長も、「商店、商品選択の自由は私たちの権利。より豊富で、より安く質のよいものがあれば、買います。バスはその選択の自由を確保するために必要です」と訴えた。

これに対し豊中商工会議所では「地元の商店街を痛めつけない上での相互競争でなければ」と買物バスには批判的な空気が支配的であった¹⁹。同会議所の専務理事は「商道徳を無視したダイエーのやり方だ。その上過当競争を激化させる。交通渋滞などの被害もある。絶対に認められない」と述べていた²⁰。

このようにダイエー曾根店が地元商店との軋轢を恐れず千里ニュータウンとの間に無料バスを運行し、またこれが消費者に熱烈な支持を受けたのも、住民たちがニュータウンにおける小売商業のあり方に強い不満を抱いていたことの反映であった。

おわりに

以上みたように、高度成長期の阪神地域では、宅地や団地、ニュータウンの開発が盛んに行われ、人口が急増し、また増加した人口の多くは若年層であった。しかし住民の増加に日用品小売商業施設の整備は伴わず、それは住民の生活に深刻な影響を及ぼした。さらに当時は自家用車の普及もいまだ十分ではなかった。この時、問題の解決策として注目を集めたのが「買い物バス」の運行であった。買い物バスの運行は重い経費の負担を伴うものであり、またしばしば周辺の小売業者との間に軋轢を生じた。しかし買い物バスを運行することにより、小売市場やスーパーといった小売業者たちは消費者の期待に応え、またその業績を向上させたのである。

小売業者が重い負担や困難を顧みず、自ら移動手段を提供して消費者の期待にこたえた高度成長期における「買い物バス」の経験は、今日の「買い物弱者問題」の解決にも一定の示唆を与えるものと思われる。もちろん高度成長期には、将来の市場拡大への期待によって小売業者が重い負担を耐え忍ぶことが出来たのに対し、現在の日本では店舗販売が縮小しつつある、という状況の違いは無視できないが、現在も実際に一部の電鉄企業や自治体、先駆的企業によってバスやトラックを用いた「買い物弱者問題」への取り組みは行われているのである。

¹⁶ 『朝日新聞』1972年11月1日

¹⁷ 『サンケイ新聞』1972年11月1日)

¹⁸ 『毎日新聞』1972年11月1日

¹⁹ 『毎日新聞』1972年11月1日

²⁰ 『サンケイ新聞』昭和1972年11月1日

Development of daily necessities retail commerce and operation of “shopping bus” in the Hanshin area during the high growth period

Makoto Hirota

Abstract

The purpose of this paper is to clarify the role played by the operation of the “shopping bus” in the development of retail commerce for daily necessities, targeting the Hanshin area during the high-growth period, to deepen research on the history of retail commerce and transportation, and to give some suggestions for solving today’s problem of “Shopping refugees”. The results are as follows.

In the Hanshin area during the high-growth period, housing estates and new towns were actively developed, and the population increased rapidly, and most of the increased population was young. However, the increase in the population was not accompanied by the development of retail and commercial facilities for daily necessities, which had a serious impact on the lives of the residents. Furthermore, at that time, the spread of private cars was still insufficient. At that time, the operation of the “shopping bus” attracted attention as a solution to the problem. The operation of shopping buses often caused conflicts with nearby retailers, and the operation of shopping buses was costly. But by operating shopping buses, retailers have met consumer expectations and improved their performance.

JEL Classification: N75, N85, N95

Keywords: High growth period, Hanshin area, daily necessities retail commerce, shopping bus, retail market, Shopping refugees, housing complex, new town

【2020年度 学生懸賞論文受賞作 最優秀賞要旨】

相対年齢効果緩和の実証分析
～ナッジを用いた小学校一年生への介入～

永井僚貴 中山一世 池上の子

相対年齢効果とは、学年内に存在する最大約1年の実年齢差によって学力や非認知能力に現れる負の影響であり、これまでに多くの先行研究でその存在が示されている。また相対年齢効果を緩和する施策も海外でいくつかの例が存在する。しかしながら、それらの施策は入学時期の変更やクラスサイズの縮小など、実施には時間的・空間的に高いコストを伴うものが多い。全国的に施策を行うのであれば、よりコストの低いものが望ましいと考えられる。本研究では、相対年齢を緩和する施策として、早生まれ児童の座席位置を前方に指定することによって、学校の先生による早生まれ児童へのケアを向上させるナッジを考えた。そして兵庫県尼崎市の公立小学校で小学校1年生に対して介入実験を実施し、相対年齢効果の緩和に有効であるか推定した。国語や算数のテストスコアを被説明変数として、介入ダミーや早生まれダミー、介入と早生まれの交差項によるDIDと学校固定効果を考慮したモデルで推定を行った結果、介入が成績に対して有意ではないものの負の影響が観測された。すなわち、早生まれ児童の前方指定が相対年齢効果の拡大を助長した可能性がある。また、学校生活への関心・態度に関するアンケート項目を被説明変数として同様の分析を行った結果、早生まれ児童と先生の接触向上という正の効果があり、ナッジによる先生と児童の接触増加は達成されたと考える。しかしながら、そのほかの非認知能力の一部の項目では負の効果が統計的に有意に観測された。以上の分析により、介入された早生まれ児童数の少なさや、男女間における介入効果の違い、また

介入が負の外部性をもたらした可能性などの問題が明らかになったため、これらを考慮した介入方法の再検討が必要である。

【2020年度 学生懸賞論文受賞作 優秀賞要旨】

交通事故防止へのナッジを用いたアプローチ

櫻井一輝 高橋昂平 中村友哉

本研究の目的は、自転車の交通事故が多発する交差点において、自転車に一時停止や減速を促すことで、交通事故を防止することである。すでに行政によっていくつかの対策は講じられているが、当該交差点での交通事故はなくなっていない。そのため、近隣住民と協力しながら新しい対策を講じ、当該交差点での交通事故の防止を目指した。

当該交差点での事故発生状況や実際の交通状況を見ると、道路の構造上の問題と心理的な問題の両方が原因となって、交通事故が起きる危険性があった。そこで、自転車に一時停止や減速を促すためのポスターを新たに2種類作成し、自転車に対して掲示することで、どれだけ一時停止や減速に影響を与えたかを調べた。実際に介入調査をおこなったところ、どちらのポスターにも一時停止を促す効果がないことがわかった。しかし、1つのポスターは減速を促す効果があることがわかり、もう1つのポスターは統計的に有意な変化をもたらすことができなかったものの、減速する人の割合を増加させることができた。自転車に乗っている人の属性別で分析したときの結果や2種類のポスターの違いなどから、自転車の交通事故を防止するために必要な対策の方向性が見えてきた。

【2020年度 学生懸賞論文受賞作 優秀賞要旨】

ルームエアコンにおける集積行動と省エネラベル変更がもたらす
消費者行動の変化

田尻明日香 竹崎慎太郎

現在、日本におけるルームエアコン普及率は9割を超える。エネルギー資源の枯渇や地球温暖化が世界的課題になるなか、ルームエアコンの省エネ化は必須である。本研究では、階段状に設けられたエアコンの省エネ基準値が、メーカーの製造行動に与える影響を集積行動分析を通じて明らかにした。並びに、来年度から実施される省エネラベルの小数点表示が、消費者の選択行動にどのような変化を与えるのかを、仮想実験を通して分析した。研究の結果、部分的にはあるが、階段状規制値の特性から、メーカーは高い省エネ達成率が獲得しやすい箇所に集中してエアコンを製造することが分かった。つまり、省エネ性能そのものを向上させるのではなく、省エネ達成率が高くつきやすい点で製品の製造を行うことで、形式上の省エネ性能をあげていることが分かった。また、小数点評価ラベルは、現行の5段階評価ラベルと比較し、より消費者の選好に沿った製品選びを可能にするとともに、約13.6%高省エネレベルの機種へと促進できることが明らかになった。

【2020年度 学生懸賞論文受賞作 優秀賞要旨】

スポーツブラにおける広告介入実験

森田安里未 石川真未 重岡伶奈 田尻明日香 堀江里佳子

婦人下着メーカーA社の調査によると、運動習慣のある女性の7割が運動時にスポーツブラを着用していない。このような実態を踏まえ、A社と共にスポーツブラの着用を啓発し女性のスポーツ環境を改善するための広告の研究を行った。実際の広告配信に向けて、2種類の調査を行った。一次調査では、考えた広告メッセージを30案から5案に絞り込んだ。その後の二次調査では一次調査の5案に加え、現在A社が使用している広告メッセージの計6種類の広告メッセージを使用してランダム化比較実験を行い、広告の効果を分析した。その際広告別にスポーツブラに対する購買意欲・調査意欲等・支払い意思額を被説明変数として、年齢・運動頻度・バストサイズなどを説明変数に加えた回帰分析を行った。補足として、介入した効果の結果が個人特性による異質性を分析するため、交差項を用いた分析で検証した。

一次調査で上位となった広告メッセージは、4つが利得メッセージと1つが損失メッセージであった。二次調査では、比較群を加えた6つの広告の中で損失メッセージが最も効果的だとわかった。他に2つの利得メッセージも、(メッセージ介入後の)購買意欲や調査意欲に有意に正の効果が見られたが、係数の値は損失メッセージが最大だった。コントロール変数の中ではスポーツブラのイメージと知識に関する正答数の効果が大きくなっていった。補足として、個人特性による広告メッセージの効果の違いも見られ、異質性があるとは言えないという結果となった。全体としては広告の効果は有意に正であり、以上のことからメッセージによってスポーツブラの認知度や着用率の向上が期待

できる。

【2020年度 学生懸賞論文受賞作 特別賞要旨】

幼少期手洗い教育の有効性
～ COVID-19 流行下における実証分析～

中山一世 堀江里佳子 永井僚貴 中村友哉 後藤徹成

COVID-19 は、2019 年に最初の症例が確認されてから 1 年が経過してもなお世界中で猛威を振っている。世界各国が感染拡大を防ぐためにさまざまな策を講じており、日本国内ではマスクの着用や消毒と並んで手洗いが基本の対策とされている。しかし帰宅時や食事前の手洗いが徹底されているとは言い難い状況である。そこで私たちは、児童期¹の手洗い教育が現在の手洗い行動に与える影響について分析した。有効ならば手洗い教育の充実が感染症予防につながると提言できる。分析の結果、児童期の手洗い教育はその後の平常時の手洗い行動におおむね有効だとわかった。COVID-19 流行下では一部有意でなかったが、平常時の手洗い行動が流行下の手洗い行動に有意に影響を与えており、平常時の予防行動の重要性が示された。このことから、児童期のうちに手洗い教育を行うことは、将来の手洗い行動を促進し、結果的には感染症流行下での予防行動に有効であったと言える。

¹ 題目は「幼少期の手洗い教育の有効性」となっているが、正しくは児童期である。これは題目届出時点において、小学 1 年生を幼少期と誤解していたためである。以後本文内では児童期と記載する。

『大阪大学経済学』 第70巻 令和2-3年

総目次

論 題	著 者	巻 号	年 月	頁
論 文				
昭和戦前期の京阪神地域における省線の都市圏輸送への参入と私鉄各社の対応	廣 田 誠	70-1	R. 2. 6	1 - 17
A Generalization of the Social Coalitional Equilibrium Structure	Ken Urai, Kohei Shiozawa, Hiromi Murakami and Weiye Chen	70-1	R. 2. 6	18 - 25
Revisiting the volatility of gold: Is gold a hedge or a safe haven?	Lu Zhaoying	70-2	R. 2. 9	1 - 12
高度成長期の阪神地域における日用品小売商業の展開と「買物バス」の運行	廣 田 誠	70-3・4	R. 3. 3	1 - 10
彙 報				
学会消息		70-1	R. 2. 6	26 - 54
2020年度 学生懸賞論文 受賞作要旨		70-3・4	R. 3. 3	11 - 16
『大阪大学経済学』第70巻 令和2-3年 総目次		70-3・4	R. 3. 3	i

Editorial Policy

The Osaka Daigaku Keizaigaku (English title, Osaka Economic Papers) is published quarterly by the Economic Society of Osaka University and the Graduate School of Economics, Osaka University. The articles may be either in Japanese or in Western languages.

The Journal shall be under the editorial direction of an editorial board of three persons chosen from members of the Graduate School of Economics of Osaka University. The editorial board shall select papers for publication from submissions and classify them into the following categories : articles, notes, data, and book reviews.

Researchers who belong to the Graduate School of Economics of Osaka University may submit their studies for publication to this journal. Those who do not belong to the Graduate School may also publish their papers in this journal, if their contribution is closely related to research being undertaken in the Graduate School of Economics of Osaka University.

In the case of contributed manuscripts, the author should be a member of the Economic Society of Osaka University, who has paid the yearly membership fee of 4,000 yen.

大阪大学経済学 第70巻 第3・4号 (通巻228号)

令和3年3月発行

編集兼発行人 〒560-0043 豊中市待兼山町1番7号

印刷所 〒920-0855 金沢市武蔵町7番10号

発行所 〒560-0043 豊中市待兼山町1番7号

福田 祐一

能登印刷株式会社

大阪大学経済学会・大阪大学大学院経済学研究科

tel 06-6850-5200 fax 06-6850-5209

振替 00940-2-19842

OSAKA ECONOMIC PAPERS

Vol. 70

Nos. 3 · 4

March 2021

Articles

Development of daily necessities retail commerce and operation of “shopping bus” in the Hanshin area during the high growth period Makoto Hirota	1
Abstracts of Prize-Winning Papers in the Students Essay Contest, 2020	11
Index to Volume 70 (2020-2021)	i

THE ECONOMIC SOCIETY OF OSAKA UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF ECONOMICS, OSAKA UNIVERSITY
TOYONAKA, OSAKA, JAPAN