学位論文審査結果の報告書

氏　　名　　谷内　　正往

生年月日　　昭和 40 年 7 月 29 日

本籍（国籍）　　日本

学位の種類　　博　　士（商学）

学位記番号　　第 18 号

学位授与の条件　　学位規程第5条該当
（博士の学位）

論文題目　　戦前大阪の鉄道とデパート
―都市交通による沿線培養の研究―

学位論文受理日　　平成 28 年 12 月 15 日

学位論文審査終了日　　平成 29 年 1 月 12 日

審査委員

（主　査）　山田雄久　　印

（副主査）　吉田史彦　　印

（副主査）　高橋愛典　　印

（副　査）　　印

（副　査）　　印

論文内容の要旨

本研究「戦前大阪の鉄道とデパート―都市交通による沿線培養の研究―」は、第Ⅰ部「ターミナル・デパートの誕生」、第Ⅱ部「鉄道とデパート経営」、第Ⅲ部「沿線培養の諸方策―教育事業と観光客誘致―」、全10章から構成されている。

序論「研究課題と方法」では、都市交通における沿線培養の手段としての兼業について説明し、鉄道事業以外に電灯電力事業、遊園地・不動産事業、百貨店事業の各部門が連動して電鉄経営が進められた状況について紹介している。鉄道史、そして百貨店史の先行研究について概要を説明し、第Ⅰ部、第Ⅱ部、第Ⅲ部それぞれにおいて阪急と三越、京阪・大鉄・大軌・阪神、さらに梅田・心斎橋・難波駅と百貨店経営、女子店員と電鉄系女子商業学校、観光事業に関する研究を展開する上での目的と方法について説明を行っている。

第Ⅰ部「ターミナル・デパートの誕生」では、阪急百貨店の誕生、さらに日本で最初にデパートメントストア宣言を行った三越の百貨店化について再検討を加えている。第１章「阪急百貨店―電鉄企業がつくったマーケット」では、阪急と三越を比較検証することで、電鉄系百貨店が呉服店系百貨店と異なり、例えば阪急が「宝塚少女歌劇石鹸」を販売するなど、沿線培養を目的とするマーケティングを行った事実を取り上げ、ターミナル・デパート経営の役割について評価を行った。第２章「阪急百貨店の大規模化とターミナル・デパートの特質」では、阪急マーケットから阪急百貨店へと大規模化を進めた事実について鉄道事業の兼業という観点からとらえなおし、阪急百貨店が他社路線との対抗上、沿線培養を行うための集客施設として設置するという戦略に基づいて開業し、デパート経営が本業である鉄道事業に迫る勢いで成長を遂げた事実について指摘している。阪急百貨店が他店と比較して、平日の夕方に利用者数が多く、帰宅途中のサラリーマン層が阪急百貨店を頻繁に利用している状況を指摘し、阪急大食堂を直営することで規模の経済性を追求するなど、ターミナル・デパートとしての性格上、緻密な計算の上で百貨店経営を進めた経緯について明らかにしている。

第Ⅱ部「鉄道とデパート経営」では、後発の京阪・大鉄・大軌百貨店に関する比較分析、地下鉄と百貨店との関係など、都市計画によるターミナル建設と電鉄経営との関連性について検証作業を行っている。第３章「京阪デパート―白木屋の影響―」では、阪急と同じく、京阪では当初呉服店系百貨店である白木屋が共同経営者として京阪デパートの経営に乗り出し、附帯事業となる京阪マーケットとともに京阪の始発駅となる天満橋駅に京阪デパートを建設、マーケットを傘下に取り込んだ沿線培養を目的とする百貨店経営に乗り出したこと、白木屋大阪店閉店を受けて従業員を多数受け入れたこと、結果的に呉服店系百貨店との共同事業に留まり、戦時経済の影響もあって十分に業績を伸ばせなかった事実を指摘している。また、白木屋との比較において、関東初のターミナル・デパートとなった東京の京浜デパートの事例について紹介し、白木屋の品川分店設置計画が京浜デパート誕生につながったこと、品川・川崎駅に百貨店を設置して成功を収めた事実などを指摘している。第４章「大鉄百貨店―現あべのハルカス近鉄本店―」では、大鉄阿部野橋（天王寺）駅に大鉄百貨店が誕生した経緯とともに、低廉な価格帯の商品を取り揃えた大鉄百貨店の経営が順調に推移した事実を指摘し、沿線培養を目的として設置された大鉄百貨店が事業を拡大して、阪急に続く大阪のターミナル・デパートとなった事実について着目している。また、同時に大鉄が阪急から百貨店事業以外の兼業について指導を受けていたことも明らかにしている。第５章「大軌百貨店―現、近鉄百貨店上本町店―」では、三笠屋百貨店から直営の大軌百貨店へと転換し、名古屋延伸にあわせた沿線培養方策としてターミナル・デパート設置に動いた経緯について解明している。

第６章「阪神の百貨店構想」では、阪神電鉄が大阪駅ターミナルの阪神マート設置、そして阪神百貨店の設立に成功し、大阪駅前ビルの建設計画において阪急との間で土地取得問題が浮上したこと、巨大百貨店建設については戦時経済の影響で実現しなかったが、大阪市の政策下で阪神電鉄の土地取得が認められた経緯について明らかにした。以上のように、昭和初期の電鉄各社は百貨店用地の取得とターミナルデパート建設に積極的であったこと、梅田や天王寺などターミナルを中心とした商業地域発展の動きが百貨店の設置に大きく関わっていたことが本研究で解明されたといえる。第７章「地下鉄と百貨店」では、地下鉄御堂筋線の建設とデパート経営との密接な関係が指摘され、地下鉄の乗客増加策として百貨店の地下玄関設置と百貨店利用者の地下鉄利用拡大が大阪市によって画策されていた事実が明らかにされている。東京では三越や松坂屋、白木屋が地下鉄との通路接続を希望しており、大阪でも同様の形で地下鉄乗客の増加にあわせて百貨店の利用客が増加し、相乗効果がみられた点について指摘している。

第Ⅲ部「沿線培養の諸方策―教育事業と観光客誘致」では、昭和初期における各百貨店の女子店員の比較、電鉄系百貨店における女子商業学校の経営、大軌・阪急における観光事業の実態について検討している。

第８章「昭和初期、大阪の百貨店女子店員とその養成」では、各百貨店の女子店員イメージや高島屋の店歌体操などの事例から店員養成の方法について検討を行い、1000人規模の女子従業員を抱えていた各百貨店における女子店員の対面販売と売上高アップに向けた社員教育に着目することで、百貨店経営における女性従業員の指導体制が店舗展開において重要な要素となった点を指摘している。第９章「電鉄系百貨店の女子商業学校―店員養成と乗客増のために―」では、阪急・大鉄・大軌における女子商業学校設立について言及し、各社が百貨店の女子従業員を多数雇用するための一方策として沿線に女子商業学校を設置して店員供給源を確保しようとした事実を明らかにしている。呉服店系百貨店では、女子店員の募集には多くの苦労を経験しなかったのに対して、電鉄系百貨店では優秀な女子店員を確保することに苦労したこと、沿線の学校経営を通じて百貨店における女性従業員の確保を目論んだ点を指摘するとともに、大正期以降の進学率上昇の動きを受けて、女子教育機関設立の動きが加速した事実について紹介している。電鉄企業の沿線開発において、学校設立は通学客を確保して旅客部門の安定化を図る上で重要な方法となったが、同時に電鉄企業の兼業部門を維持する上での不可欠の戦略として学校設立が進められた点は興味深い。事実、阪急については関西学院や神戸女学院をはじめとする高等教育機関の誘致、大鉄については大鉄工学校の設置、大軌については帝塚山学園の設置など、積極的に学校経営へと関与した状況が指摘されているが、百貨店の女子従業員確保に対して沿線の女学校による人材輩出が関与した事実は電鉄企業の多角的経営を理解する上でも重要な論点であると思われる。第10章「観光整備と情報発信」では、大軌参急観光協会の設置、箕面有馬電気軌道（阪急の前身会社）による箕面動物園の設置と兼業部門の動向について検証し、阪急の広告家屋（アドビル）を取り上げ、小林一三の宣伝活動に対する考え方について検討を加えている。

終章「課題と展望」では、以上の各論点について再確認し、ターミナル・デパート論の再検討、大衆消費時代における百貨店建設ブーム、大衆消費時代における女性顧客層の役割について総括を行い、本研究における今後の研究課題について指摘を行っている。本研究は305ページにわたる大部の研究であり、近畿大学商経学部・近畿大学大学院商学研究科における長年の研究が結実した成果として評価できるものと考えられる。

論文審査結果の要旨

谷内正往による博士学位論文「戦前大阪の鉄道とデパート―都市交通による沿線培養の研究―」では、2009年以来近畿大学経済学部『生駒論叢』や通信教育部『梅信』、大阪商業大学の紀要類において次々と発表してきた論考をもとに、経営史学会、鉄道史学会、交通史学会、市場史研究会などの諸学会で報告を行った研究に基づき、2014年11月東方出版より刊行した『戦前大阪の鉄道とデパート』の著作の内容をふまえ、鉄道史研究における新地平を切り開く実証研究を展開している。

本研究では、海外における鉄道史研究、ならびに百貨店研究の現状をサーベイした上で、日本における百貨店史研究の意義について再検討を行い、呉服店経営からデパートメントストアへと変貌を遂げた三越や高島屋などの呉服店系百貨店に関する先駆的研究では必ずしも触れられてこなかったターミナルデパートの視点から、鉄道旅客と百貨店販売との関連性について焦点をあてることで、日本における百貨店経営の特質についてアプローチを進めることに成功している。このような論点に関して、本研究ではより明確な形で実証的研究を進めると同時に、学位論文の審査過程において議論を重ね、戦前期の大阪では市内中心部に私鉄のターミナルを設置できず、旧市街の郊外にあたる難波や梅田、天王寺などの周辺部に私鉄の始発駅がおかれることで、大正期以降の大阪における新しい商業地域として成長を遂げた点が浮き彫りとなった。戦前期の大阪では、東京と並ぶ大都市として人口が急増し、とりわけ日本最大の工業都市として戦前期には数多くの企業が本拠を大阪に置き、メーカーや商社など大企業の本店が多数大阪に存在した。そのようなサラリーマンが数多く活動する大阪市内においては、市電などの移動手段が早くから登場したが、商業の中心は近世から連続する船場などの問屋街であり、三越や大丸などの老舗百貨店は北浜や心斎橋などの市内中心部に設置される形をとった。そのような旧市街での古くからの小売業の伝統とは一線を画する形で、梅田ターミナルに百貨店を設置したのが阪急（阪神急行電鉄）であり、小林一三が宝塚線、さらに神戸線の沿線開発を進める中で、住宅開発にともなう顧客移動の起点として梅田駅の役割が急速に高まることとなり、サラリーマンを中心とする大衆文化の時代を予見した小林がいち早く梅田ターミナルに阪急ストアを設置することで、日本におけるターミナルデパートの先駆となった。

以上のような阪急の創設者となる小林一三の企業者活動についてはこれまで数多くの研究者が注目してきたが、日本初のターミナルデパートとして登場した阪急百貨店の商業史上の評価は十分になされてこなかったものと考えられる。日本の百貨店史研究の再検討を行った末田智樹氏の研究では、既に小林一三の百貨店経営に対する理念的な検討を加えており、末田氏による百貨店の経営史的研究をふまえ、本研究では小林の百貨店経営を「素人経営」として百貨店としての革新性に対する再評価を行い、日本の伝統に裏打ちされた呉服店経営から脱却する形で、阪急食堂の設置や各種催し物の開催など、ターミナルデパートの立地面での特性を活かした新事業を展開することによって小林が百貨店経営の革新を行った点を強調している。そして小林の構想は鉄道事業に留まらず、沿線開発を可能にするさまざまな仕掛けを用意することにより、「沿線培養」という当時の概念を利用して鉄道旅客事業の経営資源を活用した百貨店事業の成功へと導いた点に着目し、この小林による新しいビジネスモデルが老舗百貨店である高島屋や、後発百貨店となる電鉄系百貨店の代表的存在となる大軌百貨店、大鉄百貨店（現在の近鉄百貨店）へ踏襲された動きについて明らかにしている。たとえば京都での呉服店経営に限界を感じた大丸は大阪心斎橋に本店を移すことで百貨店経営へと大きく転換を図ったが、大丸本店が位置する心斎橋に地下鉄御堂筋線の心斎橋駅が設置され、従来からの心斎橋筋とは反対側の御堂筋側に大丸本店の玄関を設置することで、心斎橋駅を中心とした商業エリアの発展が始まったのであり、大丸横には呉服小売商の十合（そごう）が百貨店を開設し、近くに立地する高島屋とともに百貨店のメッカとして心斎橋エリアが発展を遂げることになった。以上のような百貨店経営と大正期の都市計画との密接な関係は阪急ストアから阪急百貨店への拡大、そして高島屋の南海難波駅への移転でも大いに作用し、都市整備にともなう商業集積地の開発において、ターミナルデパートの誕生が重要な意味を有していたと考えることが可能である。このような商業史研究におけるターミナルデパートの意義について、社会経済史の研究にも目配りをしながら再評価を行うことで、百貨店経営における事業拡大の成功要因について明らかにしており、本研究は優れた分析視角を提示していると評価できるものと考えられる。

本研究では百貨店史研究に対する商業史上の成果に加え、電鉄企業における経営戦略として百貨店経営の役割について検討を行っている。阪急マーケットにおけるオリジナル商品として当時の日本ではあまり知られていなかった西洋の食料品などを多数取り揃え、売り場を拡大して集客力アップを実現し、阪急沿線のブランド価値を高める戦略を積極的に展開することで顧客サービスの向上

を通じた鉄道事業以外の分野における多角化戦略に成功した点に本研究は着目している。従来の呉服店は御用聞きや外商が主たる販売方法として重視されてきたのに対し、阪急では一般の不特定多数の顧客層をターゲットに店舗での販売活動を展開しており、サラリーマン向けの住宅用品や雑貨など、多様な商品を取り揃える名実ともに百貨店としての店舗経営によって急成長を遂げた。同様の経営は京阪電鉄でもみられ、京阪デパートの沿線部における店舗（天六・枚方・千里山店、天六・天満食堂）の展開なども、沿線部における店舗設置と沿線住民に対するサービス向上を目指した動きであった。また、大鉄（大阪鉄道）や大軌（大阪電気軌道）では新路線の建設と沿線開発にあわせて天王寺や上本町のターミナルに百貨店を設置しており、沿線開発においては沿線部に大阪専門学校や帝塚山中学校（旧制高等学校の設置計画）などの高等教育機関を誘致するなどの積極策を展開した。都市部と郊外を結ぶ鉄道路線を大正期以降建設していった大鉄や大軌などの電鉄企業では、郊外の農村部に新たな住宅地を建設するだけでなく、駅周辺に商業施設を誘致したり遊園地などの娯楽施設を建設するなど、多角的経営による事業発展を図る必要があった。そのための重要方策の一つとして始発駅における百貨店設置が行われた点は注目に値する。大鉄とその親会社であった大軌の戦略はその後の展開からみて経営面での成功を導いたと考えることができ、大阪電気軌道の金森又一郎による事業拡大策は電鉄系百貨店の成功例として評価できるものと考えられる。

本研究ではさらに顧客層となる女性をターゲットとした学校経営についても言及している。当初女性店員の供給を目的として沿線部に設置された女子商業学校について取り上げ、阪急と大鉄が郊外に商業学校を設置して女子教育を進めようとしたこと、女子商業学校の卒業生を女性従業員として多数送り込むことに成功したとは必ずしも言えないものの、それらの後継学校となる沿線部の女子短期大学などから戦後に数多くの百貨店従業員を採用することになったこと、そして沿線部の女性顧客層を生み出す仕掛けとして私立の女学校の設置が電鉄経営における重要な戦略となったことを指摘している。百貨店では女性従業員が多数雇用されたが、彼女達の多くは結婚後退職して都市周辺の住民となり、引き続き百貨店を支える顧客層となった。都市部のサラリーマン層を支える主婦としてデパートで働く女性が沿線部の消費者、そして鉄道旅客における重要な顧客となり、本研究で着目する「沿線培養」において不可欠の要素となったのである。

以上の商業史、経営史研究における論点についての確認作業をふまえ、平成28年11月30日に公聴会を開き、経営史、経済史、経営管理論、交通論、商業論を専門とされる先生方からコメントを頂戴し、書き直し作業を進めた上で、平成29年1月12日に最終審査を行った。最終審査では、本研究の論点について的確にまとめられた博士学位論文が完成したことをふまえ、学位論文の確認と字句等の修正の指示を行い、最終審査を完了した。