



[書 評]

谷内正往 『戦前大阪の鉄道とデパート』  
(東方出版, 2014年)

高 橋 愛 典

原稿受理日 2015年6月11日

1. は じ め に

わが国の百貨店は、呉服店系と電鉄（私鉄）系に大別される。評者の郷里である千葉市には、呉服店系百貨店（そごうと三越）しかなかったが、評者はこのことを何となく知っていた。バブル経済期に当たる中学・高校時代は、パルコやセゾンカード（クレディ・セゾン）がやたらと格好良いテレビCMを流していたが、その画面の隅っこに「西武流通グループ」（のちのセゾングループ）と表示され、これが評者が初めて「流通」という用語を知ったときであった（いや、あるいは、紳士服量販店の先駆け、今はなき「ROC 流通卸センター」だったかもしれない）。評者の実家の近所にパルコはあり（ただし千葉パルコは、2016年11月に閉店することが、本稿脱稿後に明らかになった）、西友や無印良品がテナントであったことから西武流通グループの中身を知ったし、当時は西武ライオンズ（現・埼玉西武ライオンズ）が強かったこともあって、優勝などのセールの折にはよくパルコに足を運んだものである。

西武のみならず、関東の大手私鉄のほとんどが百貨店を兼業（多角化）していたことから、評者は電鉄系百貨店の起源は、てっきり東京であると思い込んでいた。しかしそれは、いうまでもなく大阪であり、阪急電鉄、その実質的創業者の小林一三である。評者がそのことを知ったのは、大学入学後にたまたま読んだ、津金澤聰廣『宝塚戦略』（講談社、1991年）によってであり、極めて新鮮な驚きであった。経済学を専攻していた評者は、こうしたテーマから少しでも近い研究をしたいと考え、迷わずに交通経済学のゼミを選択した。

評者はその後、交通と流通の接点の一つであるロジスティクス（物流）論を専門分野に加えた。教職に就いてからは、商学に関する入門・概論的な講義を担当する際に、電鉄系百貨店の起源としての阪急に、必ず言及している。評者の勤務先である近畿大学東大阪

キャンパスは阪急沿線ではないとはいえ、大阪の大学で小林一三について講じることになるうとは、予想外のご縁である。

冒頭から縷々、私事が続いてしまったが、電鉄系百貨店が評者の研究・教育に多大な影響を与えてきたことは、ご理解いただけよう。そんな中、評者の勤務先の卒業生であり、現在は大阪商業大学総合経営学部で准教授を務めておられる谷内正往先生（以下「著者」）が、『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—』（以下「本書」）を上梓されたこともまた、ご縁の一つに違いない。著者は、本書の「あとがき」にもあるように、商業論、そして経済史を専攻されてきた。これに対して評者は、上述のように、著者の専門分野に関するアカデミック・トレーニングをきちんと受けていない。それゆえ、この書評自体、的外れな指摘が多いであろうことを、まずはお断りしておきたい。

## 2. 本書の構成と特徴

### (1) 本書の構成

本書の構成は以下のとおりである。

まえがき

#### 第Ⅰ部 ターミナル・デパートの誕生

##### 第1章 阪急マーケット—鉄道会社が作った小売店

###### 第1節 石山生「寶塚見学」を読む—戦前宝塚新温泉の経営

###### 第2節 戦前の三越マーケット

###### 第3節 阪急マーケット

###### 第4節 戦前三越の下足問題

##### 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

###### 第1節 兼業としての百貨店事業の大規模化

###### 第2節 阪急百貨店（ターミナル・デパート）の特徴

###### 第3節 小売商との対立

###### 第4節 阪急百貨店の対応

###### 第5節 戦前大阪の百貨店商品券

#### 第Ⅱ部 鉄道とデパート経営

第3章 京阪デパート——白木屋の影響を受けた経営

第1節 京阪デパート

第2節 京浜デパート

第4章 大鉄百貨店——現・あべのハルカス近鉄本店

第1節 大阪鉄道の兼営事業——本業不振から

第2節 大鉄百貨店計画

第3節 大鉄百貨店の業績

第5章 大軌百貨店——現・近鉄百貨店上本町店

第1節 大軌ビルと三笠屋百貨店の営業

第2節 大軌百貨店の創設事情

第3節 兼営としての成果

第6章 阪神の百貨店構想

第1節 戦前大阪のターミナル・デパート

第2節 阪神と阪急の抗争

第3節 阪神の百貨店構想

第4節 大阪駅前の土地争い

第7章 地下鉄と百貨店

第1節 東京地下鉄道と百貨店

第2節 戦前大阪の地下鉄と百貨店

第3節 大阪の百貨店

第Ⅲ部 沿線培養の諸方策——教育事業と観光客誘致

第8章 昭和初期、大阪の百貨店女子店員とその養成

第1節 各百貨店の女子店員

第2節 女子店員の養成

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

第1節 電鉄系百貨店の女子商業学校

第2節 沿線培養のための学校設立・学校誘致

第10章 観光整備と情報発信

第1節 大軌参急観光協会について

第2節 戦前の箕面動物園——箕面有馬電気軌道の兼業

- 第3節 戦前電鉄系百貨店の広告——阪急の広告家屋（アド・ビル）を中心として  
第4節 小林一三の「プロペラ電車」

あとがき

## (2) 本書の特徴

本書が、431ページからなる大著であるにもかかわらず、ここで節までの詳細な目次を示したことには、理由がある。「あとがき」によれば、本書が生まれた発端は、近畿大学経済学会（経済学部）の学術団体が発刊する『生駒経済論叢』の、武知京三先生退任記念号（第7巻第1号、2009年7月）に、著者が論文「戦前のターミナルデパート」（本書第4章に収録）を寄稿されたことであるという。それから4～5年ほどの間に、25本もの論文が書き上げられた。そのほとんどは、近畿大学通信教育部が発刊する月刊誌『梅信』に寄稿されたものであり、各号に掲載された内容が本書の各節にほぼ対応している。それゆえ、節のタイトルと順番をここで示したほうが、全体構成が明確になると評者は考えた。わずか4～5年の間にこれほど多数の論考を書かれ、大著としてまとめられた著者には、敬服するばかりである。実は評者も、『生駒経済論叢』武知京三先生退任記念号に投稿したが（拙稿「近畿圏鉄道市場における競争の特質」）、その後研究テーマが四方に拡散したこともあり、本書のような一貫したテーマのもとに大著をまとめることは、とてもではないが不可能であった。評者にとっては、ここ数年の研究の進め方・まとめ方を反省する機会にもなった。

本書は、タイトルならびに上記の構成からおおかたの予想がつくように、戦前期の大阪における、電鉄系百貨店を中心としたターミナル・デパートの動向を、戦後でいう五大私鉄（阪神・阪急・京阪・近鉄・南海）の全社にわたって詳細に論じている。また、こうしたターミナル・デパートの展開に関連して、ターミナル以外にあった呉服店系百貨店の店舗も網羅している。具体的には、堺筋の三越（高麗橋）・白木屋（備後町）・高島屋（長堀橋）・松坂屋（日本橋）、心斎橋筋の大丸・そごうを取り上げている。特に、大丸とそごうにとって、ターミナル・デパートは新たなライバルであり脅威であったはずだが、同時に進められた御堂筋の大規模拡幅と市営地下鉄の開通を好機と捉えて、大丸が地下鉄とのタイアップを図り、そごうが隣地を含めた店舗面積の拡大を行った過程まで、仔細に論じられている。

タイトルどおりに、戦前大阪の電鉄系百貨店のみを取り上げていれば、本書はこれほど

の大著にはならなかったであろう。いいかえれば、上記の大丸とそごうの戦略転換をはじめとする「戦前大阪の鉄道とデパート」の周辺の出来事を含め、「沿線培養」というキーワードに沿って取り上げた様々な事象と歴史的展開が、網羅されている。もっともその中には、戦前という時代の制約には従っているものの、「大阪」「鉄道」「デパート」とどのように関連付けるべきか、若干の疑義を感じる事柄もある。以下、評者の天邪鬼な性格を露呈するようで気恥ずかしいが、「大阪」「鉄道」と直接の関連が見出しにくい事項、そして、「沿線培養」の捉え方によっては他の章との関連を見出しにくい事項を中心に、本書に関する論点をいくつか提示したい。

### 3. 「大阪」「鉄道」をめぐって

繰り返すまでもなく、戦前大阪の電鉄系百貨店が、本書の主要なテーマである。一方で例えば、南海高島屋（高島屋難波店）のように、呉服店系百貨店が駅ビルに出店してターミナル・デパートとなった経緯が、第7章で示されている。これも「戦前大阪の鉄道とデパート」の関係をめぐる議論の一つである。このような、本書のテーマから若干外れた章・節がいくつか見られるが、その内容がまた大変に面白いだけに、本書の中でどのような位置付けで論じるべきであったか、若干の疑問が残る。以下では、第1章第4節および第3章第2節を中心に、議論してみたい。

#### (1) 下足預かり廃止の問題

第1章第4節「戦前三越の下足問題」は、文字通り、呉服店系百貨店の老舗中の老舗であり、日本初の百貨店でもある三越を例に、下足問題を論じている。それでは、下足問題とは何だろうか。

呉服店系百貨店は、江戸時代からの慣習を引き継いで、土足入場を禁止していた。来店客は下足番に履物を預けて入店して畳敷きの店内に腰を下ろし、店員と膝詰めで商談するという、いわゆる「座売り」方式である。呉服店が百貨店に転換し、来店客が大幅に増加するにあたって、下足預かりは非常に混雑し、下足の間違ひが多く発生して苦情への対応にも追われたという。畳替えの費用と手間も莫迦にならない。もっとも、当時はまだ道路の舗装が行き届いておらず、土足での入店を原則とすれば店内が（商品も）埃にまみれたり、下駄や草履の足音が大きく響いたりする恐れがあった。先進事例を欧米に求めても、何の参考にもならなかったことはいうまでもない。

下足預かりは、1923年に白木屋神戸店が百貨店で初めて廃止に踏み切ったとされるが、結局のところ、同年に起こった関東大震災の後、東京の百貨店が建物の修繕や新店舗の出店を契機として廃止していった。そして、土足入店の波は京阪神に押し返して定着し、現在に至る。このように、今から顧みれば及びもつかないような事柄が、時代背景に照らせば百貨店の経営問題のみならず社会問題にさえなった事情が手に取るようにわかり、大変に興味深い。本節はこの過程を、豊富な史料に拠って検証しているのである。

しかし一方で、やはり、「戦前大阪の鉄道とデパート」との関連は、見出しにくいことになりはしない。あくまでも個人的な印象であるが、本節のような内容は、初出を示しつつ、史料の引用等を省いて短縮し、例えば「コラム」のような形で本書に挿入すべきだったのではないか。

同様の印象は、第2章第5節「戦前大阪の百貨店商品券」に関しても持った。百貨店の商品券が、当時百貨店と対立していた中小小売商の店頭での支払いでも利用できるようになっていたり（商品券の「横取り問題」）、貨幣を補う金融手段として流通していたりと、戦前大阪の商業を取り巻く環境を仔細に論じていて興味深い。また、表2-10「大阪市における商品券発行者一覧」（132～133ページ）は、百貨店やそのチェーン店をはじめとする有力小売店の所在地が示されており、当時の町名・住居表示と相まって大変に貴重である。本節は文字数も多く、本格的な論文としての内容と体裁を併せ持っているが、本書全体の流れから見ると位置付けが難しい。やはり、いくつかのコラムに分割して掲載してもよかったのではと、感じた次第である。

## (2) 京浜デパートと襲撃事件

第3章第2節「京浜デパート」は、京浜電鉄（現・京浜急行電鉄）が、沿線の品川・蒲田・川崎・鶴見で経営した百貨店を取り上げている。先に示した目次にもあるように、京阪デパートと同じ章にまとめられており、京浜デパートと京阪デパートの共通点を、「白木屋の影響を受けた経営」に求めている。それでは、京浜デパートが受けた「白木屋の影響」とは何だったか。

要は、京浜デパートは白木屋の「別働隊」にほかならない。日本百貨店協会が1932年に出した「自制声明」（中小小売商への影響を考慮し、百貨店の新規出店等を自粛するもの）を受けて、白木屋は京浜電鉄と提携した「京浜デパート」、京浜電鉄沿線以外（池袋と高田馬場）では「菊屋デパート」と、別の屋号でカムフラージュしつつ多店舗展開を続けたのである。白木屋は、関東大震災で日本橋の本店（戦後、東急百貨店の一店舗となり、現

在は閉店して跡地が再開発されている）が大きな被害を受け、新築できるまでに時間がかかり、多店舗展開によって売上増進を試みるようになったという。今でこそ、こうしたカムフラージュは、マスコミやインターネットの発達を受けてあつという間に白日の下に晒されそうなものだが、当時は、消費者の眼には（そして同業他社の眼にも？）すぐには留まらなかったようである。

京浜デパートの経営において最大の事件は、1935年に川崎店が襲撃を受けたことであろう。川崎駅前では、京浜デパートを迎え撃つ地元商店が中心となって「京浜デパート排撃期成同盟会」が結成され、反対運動が起こった。その絶頂として、小売商店聯盟の20数名が、川崎店の閉店後に押し入り、陳列台や備品を破壊したのである。この事実は、評者にとって衝撃的であった。電鉄系百貨店による沿線への出店といえば、現在であれば地域密着の象徴であり、かえって地域外資本への対抗策と評価されよう。百貨店の「専門店街」に、地元小売店が出店し、連携するのもごく一般的である。大型店（百貨店）と地元小売店の関係、そして「地域」「地元」とそこでの競争の捉え方が、当時と今では大きく異なっていたことが示唆される。ちなみに、京浜デパート川崎店は、襲撃事件を機に撤退し、その跡に地元資本の小宮呉服店が「小美屋」なる百貨店を出店した。本書ではその後の小美屋には触れられていないが、1996年まで営業を続けたそうである。

このテーマは、流通政策の文脈からも興味深い。わが国の流通政策の流れを法制度の変遷に沿って並べると、1937年施行の（第一次）百貨店法、戦後の第二次百貨店法と大規模小売店舗法、そして現在の、大規模小売店舗立地法を含めたまちづくり三法につながる。この流れの前提条件となったのが、百貨店と中小小売商の対立、そして自制声明であった。流通政策に関する先行研究は、著者が指摘するように、行政による立法過程を中心としたものが多い。これに対し本書は、上記の襲撃事件に代表されるような「実態」をつぶさに見つめ」（177ページ）ているところに特徴がある。それならば、その「実態」の延長線上で、業界による自主規制や行政による規制の立案・運用と、大阪・東京を問わず個々の企業経営との間に生じる、相互作用やダイナミズムに関して、著者自身による一層の検討を期待したい。本書の中でも、著者自ら年表にまとめ、これを用いた説明があったとしたら、相互作用やダイナミズムが持つ複雑な側面が、先行研究よりも手際よくまとめられていたはずである。

#### 4. 「沿線培養」の領域をめぐって

「沿線培養」とは、端的にいえば鉄道事業者による兼業・多角化と、それによる鉄道利用者・運賃収入の増加を図る施策である。わが国の鉄道経営およびその研究において、兼業・多角化が占める位置の大きいことは、前述の小林一三以来、繰り返すまでもない。沿線培養の概念は、本書では、中西健一『日本私有鉄道史研究』（ミネルヴァ書房、増補版1979年）の規定に拠っているが、斎藤峻彦『私鉄産業』（晃洋書房、1993年）、正司健一『都市公共交通政策』（千倉書房、2001年）をはじめとする多くの文献が、沿線培養という用語を使うか否かはさておき、兼業・多角化を検討してきた。

沿線培養、あるいは鉄道事業者による兼業・多角化・グループ経営の内容は、時代に応じて変化する。その領域と効果をどこまでと見るかは、容易なようでいて難しい。本書は第Ⅲ部で、百貨店に留まらない沿線培養の方策として、教育事業と観光客誘致について論じられている。それぞれ興味深い内容であるが、本書のタイトル「戦前大阪の鉄道とデパート」に立ち返ると、百貨店に拘泥しないゆえに第Ⅰ部・第Ⅱ部の内容との関連が不明確な点が散見される。以下では教育事業（第8章・第9章）と観光客誘致（第10章）のそれぞれの内容に触れつつ、論評を試みる。

##### (1) 人材育成と学校経営

第8章「昭和初期、大阪の百貨店女子店員とその養成」、第9章「電鉄系百貨店の女子商業学校」は、戦前大阪の百貨店における人材育成、特に女子店員の養成について、第8章は呉服店系、第9章は電鉄系と分けて論じている。特に、電鉄系百貨店は、1930年代後半、各社の沿線に女子商業学校を設立した。阪急電鉄（百貨店）の曾根実業専修女学校、大鉄（現・近鉄）百貨店の城南女子商業学校（矢田）、大軌（現・近鉄）百貨店の大軌商業専修女学校（瓢箪山）の3校である。当時、百貨店員は、若い女性にとって花形の職業であったろうが、一方で労働集約的であり、激務ゆえか入れ替わりが激しかった（平均2年ほどで辞めてしまう）というから、女子店員の養成と安定供給、そして通学交通需要の喚起という意味からも、学校を設立・運営する意義は大きかった。とはいえ、卒業してすぐに、学校の母体たる百貨店にそのまま勤めた女学生は、必ずしも多くなかったと見られる。百貨店員に留まらず、他の商業・職種でも活躍できる有能な「職業婦人」の育成に、より汎用的な教育機関として貢献していたのではないか。もっとも、こうした学校で学ぶ



女学生たちは、戦争末期には学徒動員の対象となり、多くの犠牲者も出たという。

戦後、学制の改革等を受けて、3校は別々の運命を辿った。城南女子商業学校は新制高校に転換し、現在は幼稚園から大学（大阪総合保育大学）・大学院までを擁する城南学園になった。大軌商業専修女学校は、新制中学校の設置により生徒数が減少して危機を迎え、他の私学と合併して、現在の金光桐蔭高校に引き継がれている。

ここで評者が最も気になったのは、曾根実業専修女学校のその後の動向である。阪急はほかにも、沿線でいくつかの学校を経営していたが、戦後は学校経営からの撤退を旨とした。その中で、曾根実業専修女学校は新制中学校として存続させる予定であったが、新しい学制の下、私立中学校単独の経営は認められず、新制高校の併置が求められたので、断念せざるをえず廃校となった。もし、新制中学校として存続できていたら、どうなっていたであろうか。文部省の指導があるとなかろうと、いずれ高校が併置されていた可能性は高い。それを足掛かりに、進学率上昇の波に乗って、城南女子のように、四年制大学（や大学院）を例えば「阪急学園大学」といった名称で、創設していたかもしれない。

阪急による学校経営といえば、宝塚歌劇団の人材育成機関たる宝塚音楽学校は、あまりにも有名である。これは曾根等の戦前の阪急学園とは別に存続し、100年もの歴史を誇っている。もし、「阪急学園大学」が、例えば商学・ビジネス系教育の一環として、評者が講義で論じているような小林一三の経営理念と発想を若者に直接伝え続けていたら、宝塚音楽学校と双壁をなし、しかし異なる分野で優秀な卒業生を輩出する、名門となっていたのではないか。

この項は本書の内容や構成に関する議論よりも、本書に触発された評者の思い付きを述べたに過ぎない。歴史研究やその書評で「たれば」を夢想することが禁じ手であることは、門外漢である評者も十分理解しているつもりである。とはいえ評者にとって、学校経営や人材育成が沿線培養として果たす役割を思い知り、思索を深めるきっかけとなったことは確かである。

## (2) 沿線の観光開発

第10章「観光整備と情報発信」は、本書の最終章であり、沿線培養の中でも日常生活を離れ、非日常性を打ち出す諸方策をテーマとした4つの節が収録されている。いずれも、今となってはあまり顧みられることのない、しかし現在の近鉄や阪急のグループ経営に痕跡を残している事象が語られている。

第1節「大軌参急観光協会について」は、現在の近鉄グループの観光事業（近畿日本

ツーリストを含む)の起源を論じている。近鉄の前身の一つである大軌(大阪電気軌道)は、現在の近鉄奈良線を開業する前から資金難に悩まされていたが、路線の建設・延伸や、三重県・愛知県内の鉄道事業者の吸収合併を繰り返して、名古屋までの路線網と、三聖地(橿原神宮・伊勢神宮・熱田神宮)の巡回ルートを完成させた。もっとも、路線拡張と合わせたスピードアップの結果、大阪―宇治山田間が2時間程度で結ばれるようになると、大阪から伊勢神宮への参拝は日帰りを中心となり、沿線地域(特に旅館・料理店)はいわゆる「ストロー効果」に悩まされたようである。節のタイトルにある「大軌参急観光協会」は、大軌がこのような沿線の旅館・料理店を糾合し、大阪・道頓堀に1936年に設置した観光案内所に端を発する。その後、大軌と参急(参宮急行電鉄)の合併による関西急行鉄道の発足と、その旅行斡旋業への進出等を経て、現在の近畿日本ツーリストへとつながった。

第2節以降では、成功譚が強調されることが多い阪急=小林一三の経営や将来予測における失敗が、正面切って紹介され議論されていることが特徴である。第2節では箕面動物園の経営の失敗と撤退について論じられている。第4節の、小林一三が提唱した「プロペラ電車」構想は、本書の最後を飾るにふさわしく夢があるアイディアのようにも映るが、当時進められていた大阪市営地下鉄の建設・延伸構想に対し、小林一三が高架電車・道路のほうが特に費用面で有利であることを主張したものである。これは、自動車時代の到来を予見していたとも取れるが、特に戦後になると、地下鉄が市内交通の大動脈となったことは、周知のとおりである。

ここで論じるべきは、こうした沿線の観光開発を、特に伊勢志摩まで範囲を広げて、本書で取り上げるべきであったか否かである。阪急の場合、そもそも路線網が大阪通勤圏に収まっていることから、箕面動物園を取り上げても、例えば週末にぶらっと行くような手軽な娯楽施設を目指し、沿線培養の方策としたことは明らかである。一方で近鉄が開発した伊勢志摩は、大阪からの日帰り交通圏に戦前から含まれていたといっても、大阪通勤圏には含まれまい。戦争中の三聖地の巡回は、移動距離といえ目的といえ、沿線住民にとっても非日常の世界であったはずである。鉄道に長距離かつ大量に乗車してもらうこと(近鉄電車を使ったお伊勢参りは、戦後を通じて京阪神の学校からの遠足・修学旅行の目的であり続けたことは確かである)は、もちろん沿線培養になるのであるが、本書がここまで論じてきたような大阪の「都市交通」の範疇には、含まれるといいがたい。第1節は、本書に収録しなくても、例えば観光開発に関する別著を期して、その中に収録してもよかったのではないかと感じた。

余談であるが、新幹線の新大阪駅では、伊勢の銘菓「赤福」が大変に人気があると聞く。

赤福は、伊勢のみならず大阪をも代表する土産物となって、既に久しいのである。それは、大阪それ自体の土産物が、名物が少なくでだらしなないことを意味しよう。とはいえ、例えば雑誌が「大阪の土産物特集」を組むとして、赤福が大々的に取り上げられているとすれば、読んでみて多少なりとも違和感を持つ人が多いのではないか。第1節の読後感は、赤福の美味しさを知りつつも感じる、この違和感に似たものがある。

## 5. お わ り に

以上、本稿では、本書の浩瀚な内容の中でも、「戦前大阪の鉄道とデパート」というタイトルとの整合性が問われそうなテーマを中心に、いくつかの論点を指摘した。たびたび述べてきたように、こうしたテーマについては、コラムに収める、あるいは別の機会に著書にまとめるなどすれば、本書をもう少しスリムで、手に取りやすい書籍にできたのではないかと惜まれる。

著者は、本書の刊行直後から一息もつくことなく、精力的に研究活動を続けておられる。例えば、「戦前地下鉄食堂とストアの開業について」（『梅信』第604号、2015年）では、舞台を本格的に東京に移し、東京地下鉄道（現・東京メトロ）が事業展開していた「地下鉄食堂」「地下鉄ストア」について、研究成果を発表されている。とはいえ、ここで欲をいえば、著者には、時代を戦前に固定せず、むしろ場所を大阪（京阪神）に固定した上で、電鉄系の流通業についてこそ、詳述していただきたいところである。本書のタイトル「戦前大阪の鉄道とデパート」に対応するにふさわしい続編は、「戦後大阪の鉄道とスーパー」ではなかろうか。戦後、アメリカ流のスーパーマーケットのわが国への導入が試みられ、私鉄各社も百貨店で培ったノウハウを活用して、その流れに乗った。わが国で初めて「スーパー」を屋号で称したのは、京阪電鉄の「京阪スーパーマーケット」であったといわれる。スーパー経営の根幹をなすチェーンストア方式は、本書でも随所で指摘されているように、戦前から百貨店が導入しようとして短命に終わったが（例えば「高島屋十銭ストア」）、戦後のスーパーで大きく花開いた。

もっとも、こうした電鉄系のスーパーは、鉄道路線そのものというよりそれぞれの駅および駅勢圏に密着したものであり、本書で論じられた沿線培養としてどの程度機能しているかは、決して明らかではない。いいかえれば、沿線（郊外）在住者が電鉄系百貨店（ターミナル・デパート）で買い物をするには、鉄道を利用することが前提となるが、電鉄系スーパーでの買い物に自宅から向かうには、徒歩か自転車、せいぜいバスで向かうのが前

提であり、鉄道経営には直接寄与しない可能性が高いのである。一方で2014年には、阪急阪神グループのエイチ・ツー・オーリテイリング（阪急百貨店・阪神百貨店・阪急オアシス等の小売事業を統括）がイズミヤを経営統合し、電鉄系流通業のスーパーへの関心の高さを象徴している。

「戦後大阪の鉄道とスーパー」の研究に、もし著者が着手されるのであれば、評者も是非参画させていただきたい。勝手ながら、共同研究のラヴ・コールをもって、本稿のむすびに代える次第である。