

# 大阪商業大学学術情報リポジトリ

復興期の大阪梅田周辺 ―

阪急のアミューズメント・センター構想 ―

メタデータ	言語: ja 出版者: 大阪商業大学アミューズメント産業研究所 公開日: 2021-07-15 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 谷内, 正往, TANIUCHI, Masayuki メールアドレス: 所属:
URL	<a href="https://ouc.repo.nii.ac.jp/records/996">https://ouc.repo.nii.ac.jp/records/996</a>

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 International License.



# 復興期の大阪梅田周辺

## — 阪急のアミューズメント・センター構想 —

谷内正往

はじめに

1. 盛り場の先行研究
2. 復興期（1955年頃）大阪梅田周辺の動向
3. 大阪梅田の繊維問屋街と飲食街
4. 阪急のアミューズメント・センター構想

おわりに

はじめに

1930（昭和5）年頃、初めて大阪に来た阪急電鉄社員の回想。大阪駅で「目についたのは、曾根崎警察署の建物だった。『あれは何ですか』と道行く人にきいてそれと知った。外には建物らしい建物としては『阪急ビル』位のものしかなく、『これが大阪か』とひどくがっかりしたものである。駅の前には土産物売る軒の低い店が並び、映画のセットのような、安っぽい旅館などがあつた。……東海道線が大阪駅へはいる時は、地べたの上を土煙りをあげて走っていて、その上をクロスに、阪急電車が通っていた」<sup>1)</sup>。

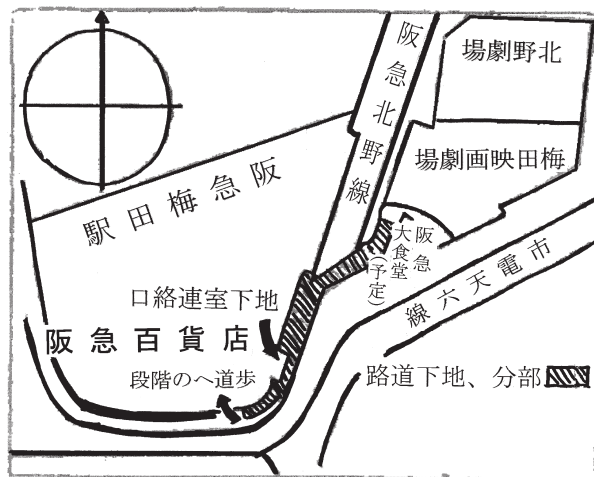
その後、1937（昭和12）年12月阪急は百貨店の東隣に北野劇場、梅田映画劇場を開業し、さらに別途『味のデパート』大食堂ビル（現、ナビオビル）を建設する計画をたて、しかも百貨店と地下で結び、大阪梅田を一大アミューズメント・センターにしようとした<sup>2)</sup>（図1参照）。この地を大阪の一大盛り場（繁華街）にする構想であつた。しかるに戦時体制に巻き込まれ実現せずに終わった。

敗戦後の焼け跡で「梅田新道あたりに立っていると、生駒から信貴の山山が一望のうちに眺

められ、吹く風は大阪港からジカにやって来たものだ。電車も走らず、自動車の警笛も鳴らず、人又腹ペコでうろつかず、真に静寂なものだった。焼跡には北野劇場と阪急ビルが、古代ローマの廃墟のように眺められた」と前出の社員はいう<sup>3)</sup>。

敗戦の年（1945年）からわずか10年後、大阪梅田周辺は大きく変貌した。ミナミに対する歓楽街として、「東部の北野の一带にある劇場街と飲食店街、西部の曾根崎と梅田新道付近は飲食店と諸種の娯楽機関が密集している。更に、此の地区にだけみられる特異なものとして、大地下街の繁栄がある。大阪駅、阪急ビル、第一生命ビル、新阪神ビルの地下を結ぶ大通路には、商店街、飲食街、全国の名物店と映画館はじめ各種の享楽機関が完備し、一日約50万人の通行人があるといわれる」までになった<sup>4)</sup>。

図1. 戦前阪急梅田駅周辺（1938年4月）



注)・北野劇場、梅田映画劇場は1937年12月開場。

・阪急食堂ビルは建設予定。

出所：谷内正往『戦前大阪の鉄道とデパート』東方出版、2014年、117頁。

1949年阪急が発行した『うめだ (Umeda AMUSEMENT CENTER)』創刊号は、阪急の映画館・劇場をPRする数ページの小冊子だが、その冒頭に安西冬衛（詩人）が、Umedaの頭文字を次のように表現している<sup>5)</sup>。

Umour (ユーモア) ・愛嬌、Metropolis (メトロポリス) ・都心、

Edge (エッジ) ・場末、Dark (ダーク) ・暗黒、Amusement (アミューズメント) ・娯楽  
すなわち、大阪梅田は人の通行がはげしい「都心」であり、北側の国鉄線を超えると突然「場

末」を形づくり、「暗黒」面と「愛嬌（ユーモラスサイド）」の2つの相貌をもち、これらの条件の上に立つ「娯楽」街（アミューズメントセンター）であるという<sup>6)</sup>。

2020年現在の大阪梅田周辺はグランフロントやルクア、ヨドバシビルなど巨大な商業ビルや地下街が所狭しと広がっており、難波や天王寺の「ミナミ」に対して梅田「キタ」として大阪一の商業中心地となっている。

小稿では、戦後10年ほど経過した復興期大阪梅田周辺の動向を検討してみたい。なぜならこの時期の歴史研究は必ずしも多いとはいえず<sup>7)</sup>、大都市大阪梅田については（資料的な制約もあり）ほとんど手つかずのように見えるからである<sup>8)</sup>。大阪梅田の場合、阪急のアミューズメント・センター構想が色濃く表れており、その点についても言及したい。

そこでまず、盛り場に関する先行研究を一瞥し、戦後復興期大阪梅田周辺を知るてがかりとして、映画会社の松竹（調査室）が調べた『大阪に於ける盛り場の研究－梅田地区－（以下、『梅田地区』と略す）を元にその動向をさぐってみたい。本資料は2部構成で1部はすでに研究論文として活字になっている<sup>9)</sup>のだが、改めて一考の価値ありと考えた次第である<sup>10)</sup>。さらに、雑誌記事から当時の具体的な街の様子も明らかにできればと考える。

## 1. 盛り場の先行研究

盛り場とは「年中行事などの特定の日でなく、恒常的に毎日、未知の人々の大群集が雑踏する場所」をいう。そこでは「自己の日常性が消失し、身分の上下、貧富の差、長幼の序、男女の別などの差別意識が消え、人間としての平等な存在に還元され、そのことによって、大群衆の一人一人の生命が活性化される」。このような盛り場が生まれたのは「人口百万以上の大都市に成長した江戸の18世紀中ごろ以降における両国界限であったと考えられる」<sup>11)</sup>。

前屋敷史子氏は盛り場に2つの側面があるとして、「商店街、歓楽街、飲食街としての機能が集中する盛り場の、入れ物、器としての側面、そしてもう一つは、盛り場に集まる人々が編み出す社会的関係や出来事の側面」を指摘する。前者は杉村暢二氏、服部銈二郎氏らの研究で、商業、歓楽、飲食機能の立地形態や業種の分布、構造などが明らかにされる。後者は、吉見俊哉氏、山近博義氏らの研究で、盛り場の意味論的時空間変容を対象にするものである。研究の2つの側面は、盛り場が機能と人間という不可分な要素によって互いに関連づけられていることから生じるという<sup>12)</sup>。

さらに、盛り場の変遷から「猥雑性」「多様性」「匿名性」「演劇性」「統一化」「個性化」という特徴を見出している。すなわち、様々な人や店が混在する「猥雑性」、消費者の欲望に合わせて様々な業種や店舗が新旧交代する「多様性」、各自が誰かは知らない「匿名性」、見る・見られるという関係が生まれる「演劇性」である。昭和以降の近代化により生まれたアーケード、舗装、街路灯などは「統一化」であり、その画一性から逃れようとする「個性化」も生じているという<sup>13)</sup>。

吉見俊哉氏は、盛り場の盛衰が「都市の人口分布や交通体系の変化と不可分の関係にある」として、近代の盛り場の変化をもたらししたのは私鉄沿線の郊外住宅地の誕生にあるという。東京では新宿、渋谷、池袋、大阪では梅田に代表されるターミナル型の盛り場は、大正末から昭和にかけてにぎわいを見せはじめ、戦後はここに闇市が生まれる。さらに高度経済成長以降には、既存の浅草や千日前、新世界などの衰退とは逆に、現代都市を代表とする盛り場として急速に拡大していく。ターミナル型盛り場の特徴は、中心部を私鉄系デパート（百貨店）が占め、それら私鉄資本の戦略が盛り場の動向に決定的な役割を果たしている点である。大阪梅田の阪急、池袋の西武、渋谷の東急と西武などはその典型であるという<sup>14)</sup>。

結局ターミナル型盛り場には、近代以前には近くにあった墓地や穢れの空間（異界性）がなくなり、より便利で明るく清潔な街に変貌していくという<sup>15)</sup>。

小稿では、こうした先行研究をふまえて、ターミナル型盛り場である大阪梅田の歴史的な変遷を電鉄資本の経営行動から明らかにしたいと考える。

## 2. 復興期（1955年頃）大阪梅田周辺の動向<sup>16)</sup>

この時期の大阪駅周辺についての調査資料は多くない。しかし前出『梅田地区』がある。その目的は「盛り場に於ける劇場立地条件の究明」にあるという。当時の新聞記事によると、お初天神通りに梅田大映が進出したのを機に、松竹、新東宝もそれぞれ桜橋、若松町に候補地を立てたものの土地取得が難航しているという。また「映画人口がミナミの飽和状態に比べてキタはまだ余裕があり、その上衛星都市から流れこんでくる人口を考慮に入れるとさらに五、六館の建設は可能と見られている」。「今年(1955年-引用者)のキタは興行界にとって東宝ブロックに迫る“戦国時代”の様相が濃い」という事情があった<sup>17)</sup>。当時阪急系列の東宝系映画館が全国の約半分、大阪府に限っても約半分あった<sup>18)</sup>ので、松竹の調査は東宝優位の状況を変え

るために行われたものかもしれない。

『梅田地区』の目次を見ると、2部構成になっており、第1部は大阪梅田地区の生態調査－人口の移動と地域の構造とあり、人口の移動（人口の移動、移動の目的、利用交通機関）、地域の構造（地区の業態、営業の年代、店主と居住の関係、従業員と居住関係）、地域の性格（地区とデパート、地区と映画館）、結語、とある。

第2部は資料編である。大阪市と梅田、大阪市主要市場指数、大阪府主要市場指数、流動人口、交通量、娯楽施設、映画調査、百貨店調査、郊外市民生活調査とある。

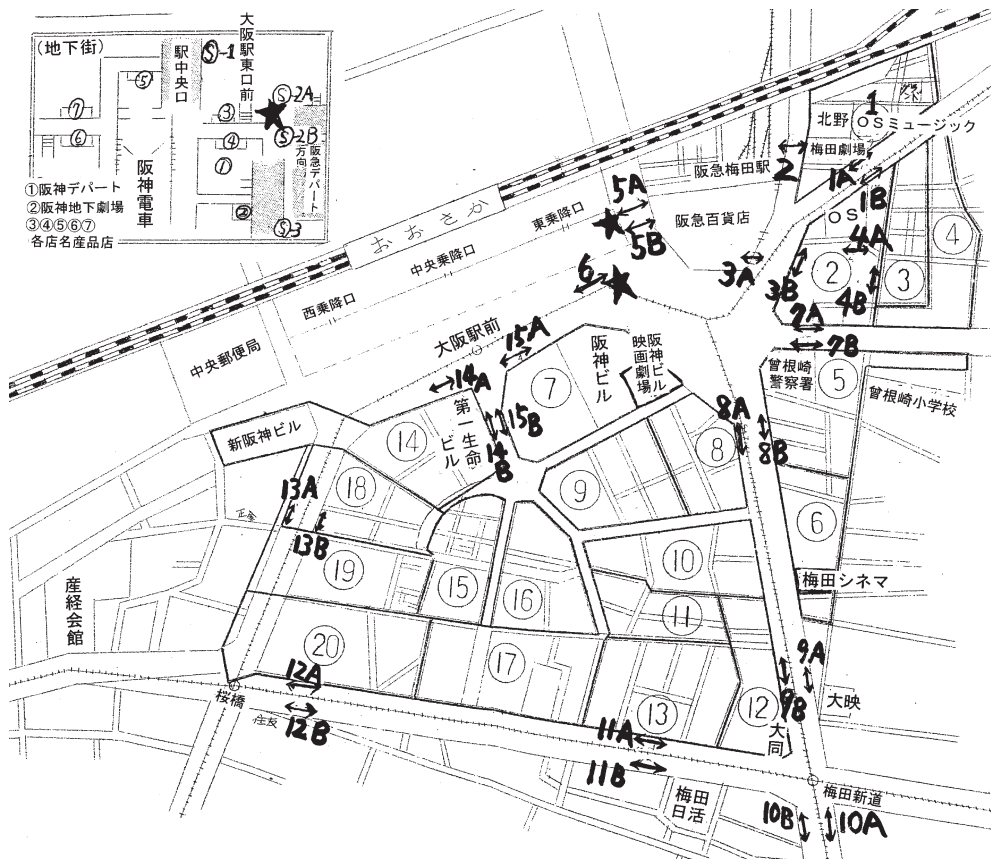
### 2-1. 人口の移動

ここでは第1部の人口の移動、地域の構造、地域の性格を中心に紹介することにした。「大阪梅田地区は、大阪の古い繁華街、俗に『ミナミ』と称される戎橋を中心とした道頓堀、千日前に対し、戦後目覚ましい発展を遂げた大阪駅前、梅田界隈の地域で、一般に『北』とよばれる」のだが、「此の地区の盛り場に関する調査資料は殆んど無きに等しく、之は、梅田繁華街が戦後、急激に勃興した地帯であり、次に調査の困難なる社会情勢が久しく伏在していた為」だという。

まず、1部の人口移動調査である。同調査は1955年5月6日（晴れ）、11～20時（計9時間）、大阪梅田地区の地上19地点、地下3地点（合計22地点）について、各地点の歩行者の交通量（1方向5分間計10分間）を調べたものである。

図2は大阪梅田調査地域図であり、交通量の多い上位3点に★印をつけてある。国鉄大阪駅（現、JR大阪駅）から見て東上部分の交通量が多いことがわかる。すなわち、国鉄大阪駅東側と阪急百貨店の通り、その地下街部分、大阪駅と阪神ビルの通りである。

図2. 大阪梅田調査地域図



出所：『大阪に於ける盛り場の研究－梅田地区－』松竹株式会社調査室、1955年、1部1－2頁より作成。

表1は図1の各地点の数値一覧である。これを見ると、まず全地点の総計が82,494人で、1点あたりの平均が約3,750人である。時間帯別に見ると、18時が12,849人と最も多く、次いで17時11,936人、19時9,761人となり、この時間帯合計が34,546人となり全体の約42%を占めることがわかる。つまり夕方17-19時に歩行者の交通量が最大になっているのである。

次に、これを地点別でみると、1位は地下通路（地下街から阪急百貨店へ通じる）「S2」が10,550人（全体に占める割合は12.8%）、2位は国鉄大阪駅東口から阪急百貨店（阪急梅田駅）へ向かう「5」で9,984人（同12.1%）、3位は国鉄大阪駅から阪神梅田駅に向かう「6」で5,922人（同7.2%）、4位は曾根崎警察署西側道路の「8」で5,619人（同6.8%）、5位はOSの南側（現、阪急梅田東通り）「3」で5,321人（同6.5%）であった。1～3位は大阪梅田の国鉄、阪急、阪

復興期の大阪梅田周辺

表 1. 大阪梅田地区時間別総流動人口（1方向5分間計10分間における）  
1955年5月6日（晴）11時～20時、単位（人）

	1	2	3	3(南北)	4	4(南北)	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	14(南北)	15	15(南北)	S1	S2	S3	総計
11時	264	271	360	256	122	111	783	515	191	346	340	272	91	81	291	128	107	106	47	215	754	201	5,852
12時	328	279	439	298			728	456	205	383	372	301	121	74	296	194	131	139	60	295	810	216	6,125
13時	386	323	481	307	185	96	751	599	258	426	354	372	119	77	257	119	137	138	60	224	1040	236	6,945
14時	401	372	419	322	175	169	784	519	280	423	341	384	99	88	288	153	138	143	61	241	904	250	6,954
15時	445	297	503	273	211	156	849	474	266	449	383	334	95	107	266	196	115	117	44	289	1049	259	7,177
16時	458	302	535	327	180	123	1035	417	302	435	375	439	95	95	277	180	107	189	59	309	1063	261	7,563
17時	577	448	632	397	264	165	1616	1016	311	1001	875	608	127	135	869	333	129	141	100	478	1375	339	11,936
18時	565	506	786	588	340	184	1683	819	492	896	769	574	121	124	713	338	156	210	123	619	1780	463	12,849
19時	589	350	672	519	360	266	1025	738	470	611	460	416	106	82	463	205	125	162	107	537	1096	402	9,761
20時	441	295	494	363	327	249	730	369	289	649	478	337	120	60	383	161	112	162	47	290	679	297	7,332
計	4,454	3,443	5,321	3,650	2,164	1,519	9,984	5,922	3,064	5,619	4,747	4,037	1,094	923	4,103	2,007	1,257	1,507	708	3,497	10,550	2,924	82,494
%	5.4	4.2	6.5	4.4	2.6	1.8	12.1	7.2	3.7	6.8	5.8	4.9	1.3	1.1	5.0	2.4	1.5	1.8	0.9	4.2	12.8	3.5	100.0

出所：『大阪に於ける盛り場の研究－梅田地区』松竹株式会社調査室、1955年、4-5頁より作成。

神を結ぶ地点で、合計26,456人で全体に占める割合が約32%となる。

この数値を東京都新宿区の調査（調査地点34ヶ所）と比べると、新宿は総交通量が66,707人で大阪梅田の82,494人より少ない。時間帯は18時が最高で9,450人、次いで17時8,372人で、大阪梅田の12,849人、11,936人と比べても少ない。つまり、当時の大阪梅田地区は人の移動交通量がかなり大きく、時間帯も夕方に集中していたことがわかるのである<sup>19)</sup>。

次に移動の目的である。調査は（11時から20時まで、途中正午の1時間を除いて）1時間ごとに約44人の通行者（合計348人）に面接して聞いている<sup>20)</sup>。男女を通じて最も多いのが、通勤19.3%、商用17.7%、買物13.0%、通学12.3%、訪問9.3%となっている。通勤通学を合わせると32.3%で全体の約3分の1を構成している。

これを男女別にみると、男は通勤25.4%、商用24.8%、通学13.2%であった（合計63.4%）。女は買物21.6%、通勤13.3%、訪問11.9%、通学11.4%、商用10.8%であった（合計69%）。ここから通勤通学を別にすると、男は商用が多く、例えば駅前の問屋街等に向かっているものとみられ、女は買物が多く、百貨店や地下街などに向かっているとみられる。さらに、「ただ何となく」というのが男女合わせて4.6%で、これは東京新宿の25～27%と比べて特徴的であるという。つまり大阪梅田ではブラブラまち歩きする人が圧倒的に少ないことを示しているのである。

さらに利用交通機関を見ておくと、徒歩は16.7%で最高、次は市電の13.6%、地下鉄10.4%、バス9.6%、阪急の宝塚線9.1%、同京都線8.6%、神戸線6.4%、阪神本線が6.4%、国鉄東海道本線の上下合わせて8.8%となっている。つまり、国鉄東海道線を中核体として、阪急の中津、



十三、三国を通じての神戸、宝塚、京都方面への連絡と、反対に地下鉄を通じての大阪都心部への連絡の傾向が強く表れている。

徒歩が16.7%もあるのは、東京渋谷の17.9%と同じく、周辺の地域人口を吸収しているのに似ている。ちなみに新宿は7.6%であった。

## 2-2. 地域の構造

戦後大阪梅田の特徴は「交通の利便という点から、駅前広場に近く映画館、飲食街が急速に発達したこと、また駅前広場から市電を越えた地帯に繊維問屋が若干の小売店と共に集团的に店舗をもったことである。それに旧来からのターミナル・デパートとしての阪急・阪神があるので、都心の盛り場としては、問屋街が中心にあることは別として、一応の内容をととのえてきたといつてよい」。

前掲図2は調査のために地区を19地区に分割したものである（地図には20地区あるが、原文に記載なし）。それぞれの地区の小売店および飲食店等の種類を「業態」と表現して調査をしている。調査不能の約1.5割を除いた1,482軒について分類し「表通り街」「歓楽街」「オフィス街」「問屋街」に区分した。業種は多い順に、衣料問屋376軒、社交喫茶138軒、飲屋111軒、事務所71軒、食料店63軒、一般住宅61軒、純喫茶51軒、パチンコ・ビンゴ・スマートボール49軒、一般食堂48軒、日本料理45軒、和洋服及び仕立42軒、その他業種41軒、洋品33軒、その他飲食店22軒などがあり、これらの合計が1,151軒（約78%）であった。

### 表通り街

表通り街は調査地区6・8・12・18の占める駅前広場から梅田新道にいたる地区で、いわゆる御堂筋の両側、反対の桜橋までの両側で、その構成が東京銀座、新宿などの表通りにあたる。洋品、帽子、時計、写真、電器、化粧品、菓子等の店舗が比較的多い。

### 歓楽街

喫茶街は喫茶、飲屋、料理や、映画館、パチンコ屋などの集合している地区で、全体の過半数以上を占めているものをあげてみると、2（87.0%）、3（85.5%）、4（57.5%）、8（60.7%）の4ブロックがあげられ、曾根崎警察署をはさんで、2・3・4は料理店、食堂、すしや、そばや等が25～40%を占めており、さらに4地区は社交喫茶が20%に達している。なお8地区の背後地区である9ブロックにも25.3%の飲屋があることは、隣接の衣料問屋街と特異な対照を

示している。

#### オフィス街

オフィス街は銀行、会社、病院、百貨店等のいわゆるビル街で、駅前広場の正面にある7 (44.5%) および14 (24.5%)、1 (25.6%)、5 (20.0%) が該当する。

#### 問屋街

問屋街は、当時梅田都心地区の特長となっており衣料問屋の集合である。この地区の調査店舗(1,482)のうち4分の1以上の376軒を占めている<sup>21)</sup>。地区別に見ると、15(70.6%)、16(64.9%)、11 (50.0%)、17 (35.7%) で多数を占めている。

ところで、調査店舗から衣料問屋を除くと、飲屋をはじめとして料理店、そばやまでも含まれたいわゆる飲食店は469軒で、全体の約42%になる。これは新宿の47%と似ており、他に映画館、寄席、パチンコ等は約7%で、これも新宿8%に近い数字だという。

各店舗の営業期間は警察署の調査でも不明なものが34.5%にのぼり、それ以外を見ると、最も多いものが2～4年未満の22%で、次いで4～6年の17%、1年未満の16%となっている。衣料問屋にいたってはほとんどが短期間の営業であるという。総じて飲食店の営業期間は短く、小間物洋品店、和洋服仕立、食料品販売業は比較的古いともいう。

ところで、調査は店主や従業員の居住状況も調べている。調査可能な976軒のうち、461軒(47.2%)は店舗と同一場所に居住している(住込み)。ほとんどが衣料問屋とその隣接地点の飲屋地区で、13、9、8、15等である。これは都心地区の結果としてはかなり高い比率だという。次に店舗とは別の大阪市内に居住している比率は32.1%であった。

従業員の場合は、調査可能な1,008軒のうち938軒が従業員を雇い、その総数は5,715人で、1店舗当たり平均5.7人弱である。従業員のうち通勤者は3,361人(58.7%)で、住込みは2,354人(41.3%)である。住込みは店主よりやや低いが東京銀座と比べると高いという。住込み率が高いのは、歓楽街地点の2 (67.5%)、3 (57.3%)、4 (73%)、8 (64.6%)であった。逆に通勤率の高いのは、7 (100%)、6 (85.7%)、5 (77.2%)、1 (72%)だった。業種別に見ると、住込み率の高いのは、娯楽関係の施設、パチンコ等の76%、純喫茶64.1%、一般料理店59%であり、通勤率の高いのは、社交喫茶89.9%、銀行事務所87.4%、時計写真、楽器、書籍などの82.2%、小間物、和洋服仕立等の70.2%であった。

### 2-3. 地域の性格

調査では、都心地区を性格づけるものとして3つの指標、飲食店、デパート（百貨店）、映画館をとりあげている。このうち、飲食店は前項で全体の過半数以上を占めていることを示したので、残りのデパート、映画館をとりあげる。

#### ターミナル・デパート

デパートは阪急、阪神のそれぞれ梅田終点駅（ターミナル）に阪急百貨店（地上、地下のみ営業）、阪神百貨店（地下のみ営業）がある。先の調査で百貨店を訪れた人521名の回答によると、男女を通じて1位「買物」41.2%で、2位「何となく」16.6%、3位「通勤」10.4%と続く。このうち、女の方が買物の率が高くなり50.4%、男33.0%となる。また時間別に見ると、男は午前11時～午後1時が40.9%、午後2～4時29.2%、午後5～7時27.1%と順々に減少するが、女は58.0%、42.0%、57.5%と2つのピークが見られる。調査ではこれがターミナルの特殊性ではないかとしている。

デパートで「買物なし」は男女合わせて43.7%であり、男は53.1%、女は34.2%である。これをデパート別に見ると、阪急が36.4%で、阪神は50.7%である。阪神の方が1割超買物客の割合が少ないことがわかる。

一方で、買物をした人の内訳をみると、男女合わせて衣類14.2%、書籍・玩具14.2%、食料品10.8%となっており、書籍玩具は男が多く、残りは女が多い。

来場客の利用交通機関は、阪急宝塚、阪神本線、地下鉄、市電などそれぞれ約13%で同率、阪急神戸線の9.8%、国鉄城東線の8.7%、東海道線明石方面8.5%と続く。2-1の末尾で徒歩が16.4%あったことを見たが、デパート来訪者のうち外からの徒歩者は男女あわせてわずか3.6%しかいない。ここにターミナル・デパートの性格が表れているといえる。

#### 映画館

最後に映画館の調査を見ておこう。「ターミナル・デパートと映画館併立の状態は近代大都市の一つの類型である」。それは「大都市生活の都市周辺への発展と郊外生活の時間的制限の結果、時間的にも最も便利な地点に娯楽を求める」からである。

「ターミナルの映画街としては、施設の集中していること。内容が都心のロード・ショーと同時であること、映画の選択に対する態度が、都心繁華街の観客よりも遅れている等があげられる」。

## 復興期の大阪梅田周辺

今回の調査では、地下劇場として阪神映画（日本映画）、北野劇場（日本映画と実演）、梅田劇場（洋画）の3館を対象として、各150人の観客について年齢と職業、居住分布、利用回数と交通機関などを調べた。

まず3館を総合して、年齢は20-24歳が最も多く31.6%、25-29歳の22.0%と続く。結局、20歳台以下の青年が65%近くを占めている。

職業としては、給料生活者44.9%と学生20.7%が圧倒的で、このうち学生層が梅田劇場に30%あり洋画に興味をもっていることがわかる。逆に阪神地下が商工業者17.3%、主婦層16.0%と30%超も吸収している（これは日本映画「亡命記」の冒頭が神戸から始まることに起因しているのかもしれない）。

観客の居住地をみると、市内が45.1%、隣接地区17.1%、府内7.1%で、近隣地区が多く、郊外・衛星都市からの観客は必ずしも多くはない。これは調査した3館の上映作品が他地域で上映されているかどうかによるし、また映画館の場所が阪神地下は直接駅に接続し、他の2館は若干離れていることから、何か明確な結論を導くことはできなかった。

映画の月平均・観覧回数は3回26.0%、2回23.3%、5回以上17.8%、4回14.4%となっている。現代と異なり、テレビも普及しておらず限られた娯楽しかなかったことを思わせる。

利用交通機関は、阪急宝塚（12.1%）、阪神本線（11.3%）が多いが、国鉄城東線（現、JR大阪環状線外回り方面）を利用する人が13.6%台もある。これは沿線に映画館が少ないことを思わせる。

映画を見る場所を決めているかどうかたずねたところ、決めている人は全体の87.6%で、うち大阪梅田地区に決めている人は80.7%であった。一方でミナミ・道頓堀が16.2%あり、ミナミの大阪都心としての力を占めているように見える。

大阪梅田地区で映画を見ることに決めている人にその理由を聞いたところ、梅田地区は道頓堀に比べ「交通が便利」という答えが39.3%、通勤通学が19.7%とあり、同地区のターミナルとしての性格がハッキリあらわれている。

最後に、具体的に特定の映画館を決めているかどうか調べると、決めているが48.2%、決めていないが51.8%であった。つまり過半数は映画館に来るまで決めていないのである。

男女別にみると、女の決めている割合が55.5%で男より多い。これは上映の写真やマスコミの影響が大きいと考えられる。そこで映画の番組を何によって知ったのかをたずねてみると、「新聞広告」が55.8%、看板13.8%、新聞雑誌批評11.8%、人のうわさ10.9%であった。要は、映画をみたいと思って「固定的に」大阪梅田地区に集まり、新聞広告によって大体決めて入場

するようなのである。

ただし、「新聞広告」を館別にみると、阪神地下38%、梅田地下66.6%、北野劇場63.3%であり、阪神地下の数値が約30ポイント低い。阪神地下は「人のうわさ (14.7%)」「新聞記事 (16%)」「新聞雑誌批評 (14%)」で高い数値を示している。ここから阪神地下の観客は前評判の高いものに好んで集まっているようにみえる。

#### 2-4. まとめ

調査の結語。「人口移動 (交通量調査) からすると、部分的圧力は東京の銀座、新宿にもまさっている。しかしそれは大阪駅 (国鉄、阪神、阪急、地下鉄) 等が、駅前広場、地下街を通じて殆んど一地点に人口集中せしめている結果であって、梅田地区全体の分析から見ると、駅前広場を頂点としてかなり傾斜の激しい形を造っている<sup>22)</sup>。「もし梅田地区が都心又は副都心としての性格を更に充実するためには、この人口圧力の傾斜がよりゆるやかになり、梅田地区全体に人口の移動がかなり平均して行われる必要がある」。

また、地域の構造として梅田地区は、中央に問屋街を持っているがそれは特長であるとともに地区の発展にとっては「変態的」である。

「梅田地区は戦争前までは、主として都心である中之島のオフィス街、繁華街である道頓堀、心齋橋地区の方面に人口を造る位置にあった。しかし大阪を中心とする生活圈、社会圏の拡大は、その生活充足の拠点を、都心区に求めるよりも、その接触地点で充足しようとする。そのために駅を中心とした、あるいは駅と同一建物に盛り場を求めるようになり、道頓堀、心齋橋を中心にしてきた都心的盛り場の機能が、この地区に分断され副都心的性格を充実すると共に、部分的には都心としての発展を期待される傾向もうかがわれる (傍線引用者)」。

要するに、大阪梅田地区が道頓堀や心齋橋に対抗した都心または副都心になりうるかどうかはまだ「今後の推移による」として明確な結論を避けた<sup>23)</sup>。それはその通りで、例えば、数の多い問屋街はその後数年して新大阪繊維シティー等に集団移転していくし、その跡地は大阪第1〜4ビルへと再開発されていくからである。

### 3. 大阪梅田の繊維問屋街と飲食街

図3は1955年頃の大阪梅田周辺の略図である。当時の様子を雑誌記事から探してみたい。そ

## 復興期の大阪梅田周辺

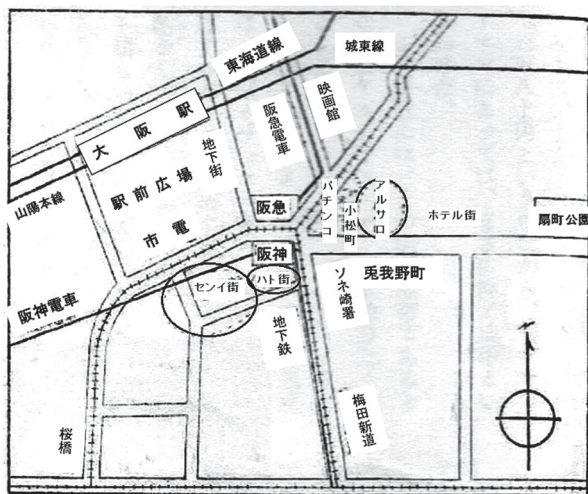
のことで前項の調査とは違った角度から大阪梅田周辺の姿を浮かびあがらせたい。

雑誌『旅』の「東西ターミナル繁盛記」<sup>24)</sup>によると、駅前には阪急、阪神のターミナルビルがそびえており、阪急百貨店、阪神百貨店が営業していたという。阪急の売場配置は地下（食料品、スーパーマーケット）、1階（ドラッグストア）、2階（婦人、紳士用品）、3階（和洋小間物、時計、貴金属、玩具、薬、化粧品）、4階（子供用品、婦人服、呉服、洋装雑貨）、5階（和洋食器、紳士服、家庭用品、通勤用品）、6階（和洋家具、調度品）、7階（催物会場）、8階（食堂）、屋上（子供遊戯場、小動物）であった。一方、阪神は地下1階（食料品、衣料品、雑貨用品、化粧品）、1階（服地、雑貨、輸入雑貨、甘辛のれん街）で、品ぞろえに大きな差があった<sup>25)</sup>。

そこへ、東京から進出してきた東京デパートが新阪神ビル（阪神梅田駅西側）の2、3階を借りうけ「銀座のモードを大阪の皆様へ」と営業を始めたものの客が寄りつかなかった。そこで「アメリカの中古品や質流れ品の売場」をつくったものの、これも評価されず一時閉店の止むなきに至った<sup>26)</sup>。

地下街は大阪駅中央、東口と阪神ビルを戦前地下で結んだもので、戦後すぐは浮浪者のたまり場だった。それを阪神が地下道の両側に額縁を立てたような奥行きのない店舗をつくり、全国都道府県の名産を並べた。全国みやげもの街（後、アリバイ横丁）である。同じ場所に軽食堂街も開き、地下2階乗場には馬蹄形の軽食スタンドを開いた<sup>27)</sup>。

図3. 大阪梅田周辺（1955年頃）



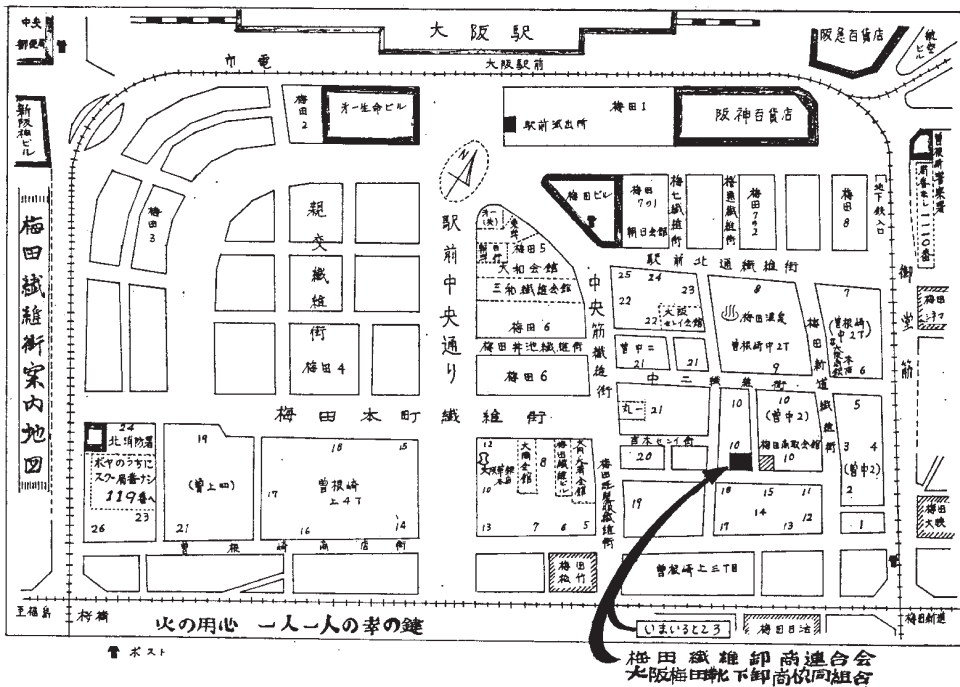
出所：「東西ターミナル繁盛記」『旅』第29巻第2号、1955年2月、57頁。

電車では、京阪神急行電車（現、阪急）が一番お上品な乗客を運んでいると評価し、阪神電車は夏の甲子園野球大会でラッシュアワーの客さばきがうまいという。

曾根崎警察署は全国に先がけて「POLICE STATION」のネオンサインをつけた。阪急百貨店の東側には、航空ビル（現、ナビオ）に並んで、北側には梅田劇場、北野劇場、東側にはOS劇場とストリップのOSミュージックホールと、映画、東宝の劇場が集まっている。

一方、図3のセンイ街とハト街についてみると「大阪駅の正面から市電の電車道路を渡り、第一生命ビルの前を通過して半町程行くと、間口一間位から三間位までの小さな繊維品を取扱う店が何百軒となくゴチャゴチャと並んでいる」。繊維街は戦後の闇市があった場所で、今では「間口一間位から三間位までの小さな繊維品を扱う店が何百軒となくゴチャゴチャと並んでいる」「初めて見る人はびっくりするだろう」という。「Yシャツ専門店やジャンパー専門、毛布専門の小さな問屋が集まり、今ではその数およそ六百店、『大阪駅前の繊維街』と言えば、全国的に有名な所になってしまった（図4参照）。西日本一帯から東海地方にかけての、ほとんどの

図4. 1955年頃大阪駅前梅田繊維街の案内図



昭和30年代初期の大阪駅前梅田繊維街

出所：『大阪駅前市街地改造事業誌』大阪市都市整備局、1985年、137頁。

中小都市の業者が仕入れにやってくる。……取引はすべて現金主義だと言うので、地方から仕入れにやってくる商人達は、みんなフトコロを、千円札の束でふくらませている。そこで、この札束を狙う職業？の人間が、ここに寄生している」のだ。

寄生の一つは「スリ、置き引き連中」で、もう一つは阪神裏の「ハトの巣（ハト街）」である。ハト街には、小さな飲み屋が三〇軒ほどある。「店の土間には、汚い食卓が一つか二つそれにガタガタの椅子が五、六脚。なるほど表面は飲み屋に違いない。ここに若い女が五、六人ぐらいつつ居て、細い階段を上った二階が、ほんものの職場？となっている。「うっかり飛び込んだが最後、この二階へ引きづり上げられるか、一本二千円もするビールを無理やり飲まされるか、そのどちらかを選ばなければ絶対帰れないというまことに恐ろしいところ」だという。東側向かいにはソネ崎署（曾根崎警察署）があるにも関わらず、である。

最後に、図3のソネ崎署裏、パチンコ、アルサロ、ホテル街をみておこう。大阪のミナミ（道頓堀、千日前方面）が遊人、アベノ方面が肉体労働者の集まり場所であるのに対して、大阪の場合はサラリーマンの集まり場所となっている。大阪の場合は「飲み屋にしても、パチンコ屋にしても、チャンと背広を着て、オーバーを着こんだ客ばかり、無茶な遊びもしない代わりに、常連が多く、業者たちも一応は安心して営業ができる」という。

遊びのコースとしては、パチンコでピースをせしめて、飲み屋で一杯やって次にアルサロ（アルバイトサロン）に行ってビール1本、アルバイト嬢とダンスで380円の明朗会計。そして、扇町公園にいたる手前のホテル街には♂マークが60軒もあってそれ等を利用する。うち男女客の7割までが素人衆だという。アベックに部屋を貸すと共に、一人のお客さんには適当な女性も世話してくれる。一方で、この辺りは自殺の名所でもあり、物思いに沈んだ一人客には「お部屋が、あいにくございませんで…」と、ていよく断られることが多いという。

ここからは、まだ戦後復興期の最中で問屋街の整備・移転に手をつけることができない様子が推察される。さらにパチンコ飲み屋、アルサロ、ホテルといった猥雑で欲望渦巻く盛り場イメージがよく出ている。今のクリアランスされた大阪梅田とは違っているのである。

#### 4. 阪急のアミューズメント・センター構想

戦前から阪急梅田駅周辺はアミューズメント・センター構想があった。戦前に阪急が劇場や映画館、食堂などを始めたことはすでに述べた<sup>28)</sup>。



小林一三には「宝塚を日本のハリウッドにしよう」という夢があったそうで、「1930年宝塚映画製作所を設立、1932年には株式会社東京宝塚劇場を創立し、宝塚歌劇の東京における常打ち劇場を確保するにとどまらず、宿願であった国民劇創造を目指し、1934年には同劇場を東京日比谷にオープン。つづいて第一線洋画ロードショー劇場として日比谷劇場を、ついで有楽座、さらに帝劇、日劇を傘下に入れ、遂にPCL、JOスタジオを合併して、『東宝映画株式会社』を設立」した<sup>29)</sup>。つまり、これは映画そのものを製作して、その流通も考えて映画館劇場チェーンを全国主要都市に多店舗展開する目的だったのだろう。特に大阪梅田は東京と並んで大規模な映画館劇場の拠点だったと推測される。

戦後は、「東宝百館計画」を立て、1954年末には全国に約80館を有した。小林は、まず直営の興行場を持ち経営基盤を固め、その上で映画製作に力を入れるという堅実な行き方をした<sup>30)</sup>。

大阪梅田には、東宝梅田会館の南向かい側にOS映画劇場を設立し、1954年焼失するもシネラマ劇場として再建し、1956年にはコマ劇場をオープンさせた。

大阪梅田の隆盛について、当時の関係者（東宝重役）は1959年頃社内誌の座談会で小林一三の逸話として次のように述べている<sup>31)</sup>。

司会（阪急百貨店宣伝部長）「井上さん、ここで東宝アミューズメント・センターの夢を」  
井上義卓（東宝取締役）「…丁度いま阪急百貨店の北側には八つの映画館と一つ劇場とがございます。これは今から十年前はアミューズメント・センターといえは全部南でした。ところが此処五年前の間にむしろ北の方が栄え、そこで松竹さんも大映、日活さんも皆北へ出る。南のアミューズメント・センターに比べて無いのは寄席だけです。そこで、一つ寄席をやろう、どこを利用すれば、という事になって取りあえずグランド劇場、あれを改造しようという事になり、下検分もしてこれならよかろうで御覧になって（小林一三が引用者）すぐ亡くなられた。という訳で、この寄席を除けると皆この北にあるんです。

ところで我々映画演劇の立場から申しますと、今や南より北の方が観客の数も多いという、こういう現状です。又南に比べてもう一つ足らんのは大キャバレーだろうと云う事になり、そこで我々ブロックがよりより協議して、あの寄席にしよう云っていたグランド劇場を近く本建築してあそこを大キャバレーにしよう。これはまあ小林先生の構想でございまして、この北地区のアミューズメントセンターはこの一画に置くんだと。…丁度先生が三年前に亡くなられました日でございます。その日に事務連絡で池田へ行ってお昼をご一緒に頂き、帰ろうと靴をはきかけると『ああ井上、一寸待て』と云って、仰言ったうちの一つに『お前は南の盛場

と北の盛場にどれ位飲食店があるか知ってるか』『そんなこと勘定したことございませんです』『南の千日前、道頓堀地区には千五百ある。北は僅かに五百しかない。それでは人をここへ（大阪梅田—引用者）引張る訳にはいかん。なんとしてもう五百、千の食いものやを作ろうやないか、一つ計画を立てろ』と、とんでもない大きな御計画を仰言るんです。そして、その晩に亡くなられました。小林先生は何処でも、例えば大阪でも東京でも盛り場は一つしかないものだ、それは何処にするんだと、大きな御理想でした。」

つまり、戦後の小林一三には大阪梅田で寄席を経営する構想があり、また大キャバレーの構想もあったという。また、ミナミと比べて、北（キタ、大阪梅田周辺）に飲食店が500軒しかなく数が少ないことを指摘して、北にあと1千軒の飲食店を作ろうとしているのである<sup>32)</sup>。

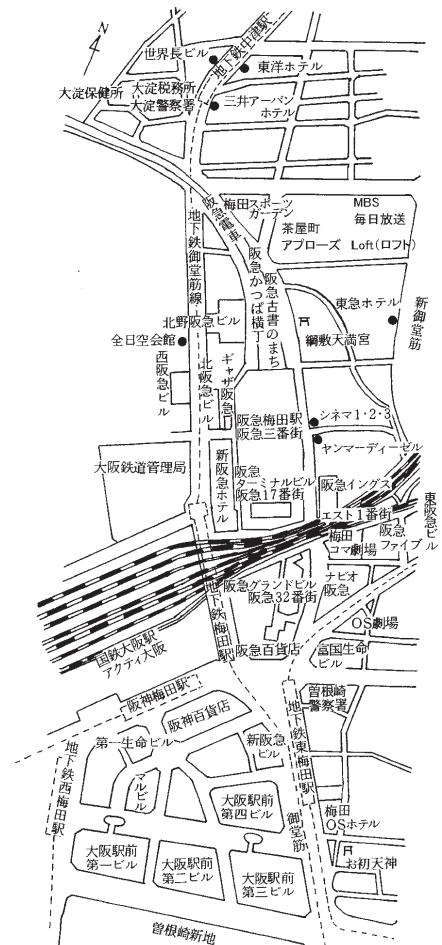
さて、阪急の商業施設が大きく飛躍するのが、1967年8月27日阪急梅田駅の北側移転である。1950～60年代にかけて、乗降客が急増し、それに対応して十三—梅田間の3複線化、構内地下道の新設、ホームの延伸などを逐次実施してきた。しかし、南側には阪急ビル、北側には国鉄高架線にさえぎられる物理的制約の下、ホーム延伸にも限度があり、ついに駅を北側に移設するという決定が1961年小林米三社長（一三の三男）によってなされた<sup>33)</sup>。

それ以降、「阪急村」として国鉄線北側の開発が進んでいくことになる。

図5は1985年頃の阪急村で、そこに90年以降登場するMBS、Loft、茶屋町アプローズ（高級ホテル、大劇場など）を書き入れたものである<sup>34)</sup>。

ここから阪急が国鉄線北側に数多くの商業施設を建設してきたことがわかるのである。

図5. 大阪梅田周辺の商業施設



出所: 吉村忠「阪急梅田における盛り場の形成」『都市問題研究』第37巻第6号、1985年6月、100頁に加筆。

## むすびにかえて

これまで、戦後復興期（1955年頃）大阪梅田の周辺（盛り場）を検討してきた。国鉄、阪急、阪神、そして市電などの交通機関のターミナルとして機能してきた大阪梅田周辺は、戦後、東京の新宿、渋谷などと同じくターミナル型盛り場として発展した。そこには阪急や阪神の大手私鉄資本のデパートや飲食店、映画館、劇場、地下街の営業活動が見られ、ターミナル型盛り場の特徴となっていた。『梅田地区』調査からは、通勤・通学時の乗降客が東京新宿と比べても多いことが判明し、場所としては大阪駅東側の阪急、阪神と隣接する地上地下の通行量が多いことがわかった。周辺の店舗では繊維問屋が多く、まだ都心、副都心とはなりえていなかった。

阪急の小林一三は、戦前から全国の主要都市に劇場、映画館をチェーン展開するアミューズメント・センター構想をもっていた。大阪梅田もその拠点になっており、戦後わずか10年でミナミに匹敵する劇場、映画館を展開した。さらにキャバレーや飲食店の増加も考えていた。その後の「阪急村」の繁栄は言うまでもないが、大阪梅田の場合、阪急という一企業の開発が大きな影響力をもっていたことは特別の意味をもっている。

かつて服部銈二郎氏はキタとミナミの盛り場をそれぞれ次のように記した<sup>35)</sup>。

「ミナミが堀や街路に沿い自然発生的に成長した都市型の盛り場なのに比べ、キタは梅田駅を核に南へ放射状に拡大した『ターミナル盛り場』とみることができる。比較的立体化を好まず、面的に広がるミナミ、デパートと地下街を中心に立体的に伸びるキタ、盛り場展開でも対照的である。老舗集団のまとまりの悪い経営感覚のミナミに比べ、キタは大衆娯楽の演出者小林一三の阪急ターミナル文化計画ビジョンを根幹としている。」

以上のことから、ターミナル型盛り場においては日々の乗降客がターゲットであったがゆえに、電鉄資本の開発構想が大きな影響力を持てたのだと考える。これはひとり阪急に限らず、阪神、大阪地下鉄（地下街）、J R西日本（旧、国鉄）についても規模の大小は別として同じことが言えると考えられる。

### (追記)

小林一三が大阪梅田に飲食店をあと1千店増やそうとしたことはすでに紹介したが。阪急と国鉄線がクロスする高架下に新梅田食道街がある。この食道街は1950年12月国鉄退職者を中心に、18軒でひっそり開店し、1951年7月10軒、1953年9軒、1961年5月有名店6軒、1964年4月うまいもんコーナー8軒、1968年9軒、1970年4軒と次々店が増えて、1976年頃には約百軒

までに増えた<sup>36)</sup>。「日本全国どこをさがしても、いっぱい呑屋、喫茶店、和洋中華食堂、その他あらゆる食堂、食べもん屋約百軒がのきをつらねて、一日数万人のお客さんをむかえて繁盛しているのは、新梅田食道街一つしかない」という<sup>37)</sup>。

途中、地盤沈下で支柱の打ち込み工事や国鉄一番線新設工事があったもののその苦難を乗り越えてきた。当時、周りにはすでに、梅田地下街、富国生命ビル地下街、堂島地下街、大阪駅食堂街、阪急三番街、阪急ファイブ、阪急17番街など巨大な食堂街があったにもかかわらず存在感を示してきた。この食堂街が他の食堂街、地下街と異なるのは、「5～10坪ぐらいしかない狭い店舗を、ほとんどの店が店主自身で商売をしている」点にある<sup>38)</sup>。

現在も新梅田食道街は約90軒で営業を続けているが、店名からみる限り個人営業主が多いように思う<sup>39)</sup>。筆者も「朝まで飲める」と聞いて何度か利用したものである。こうした食堂街の多様性（もしくは個性化）も大阪梅田のアミューズメント・センターを支えているのである。

## 【付記】

小稿は平成28・29年度大阪商業大学アミューズメント産業研究所プロジェクト（課題名：戦後大阪の鉄道網とアミューズメントセンターの形成過程、研究代表者：谷内正往）の成果の一部である。ここに記して感謝申し上げます。

## 【注】

- 1) 石島邦夫「梅田界限」『阪急』京阪神急行社内誌、第10号、1955年6月、20頁。
- 2) 劇場、映画館は東宝劇場チェーン構想から出てきたものである（谷内正往『戦前大阪の鉄道駅小売事業』五紘舎、2017年、22頁）。梅田映画劇場が延坪約4,771坪で収容人員2,003名、梅田地下劇場が同588名、梅田小劇場が同242名であった（『東宝十年史』株式会社東宝宝塚劇場、1943年、37頁）。小林は神戸三宮にも「歓楽街と商店街を築きアミューズメントセンターにする夢をもっていた」（『二十五年史』168頁）。神戸阪急会館、三宮劇場、三宮映画館、三宮小劇場を合わせて収容人員2,404名であった（前掲『東宝十年史』37頁）。
- 3) 前掲「梅田界限」。
- 4) 『大阪に於ける盛り場の研究－梅田地区－』松竹株式会社調査室、1955年、第2部、68頁。
- 5) 『うめだ』第1号、梅田映画劇場東宝梅田アミューズメントセンター、1949年1月、10～11頁、国立国会図書館・プランゲ文庫所蔵。
- 6) 同前。阪急梅田駅および阪急百貨店、その東隣の航空ビル（現、ナビオビル）、「それにつゞく梅田映画地下、小劇場三館のアトラクティブなシネマブロック、そのしりへに豪華なキタノ劇場。夜空を悦びやかに飾る電光やネオンサインの色うつくしい反射の中で北野線の電車が折返しの客をのんびりと客待ちしていることなんとユーモラスなこと。／私は梅田のひどく愉快な一面を、あの風情が大変面白くシンボライズしていると思うのですが。／しかもその更に背後を遮断する（北側の－引用者）東海道本線のガード。急行列車が今すさまじく大阪駅へ突入する駅前の風景のたんといふ力学的な構図。私達を奪って止まない魅力です。そしてガード一つ北へくぐれば、突然変異で忽ち場末になる。このフラッシュバックの効果は、阪急と阪神と地下鉄の三つの終点駅が一点に集中して地下に巨大な交通中枢を形成し、この合成上の上にするどいアクセントをつける或る意味での世界の門戸ともいえる大阪駅一帯のシビックセンターを壁一重でどんどん返しする

ことによって更にはげしい動的の効果を出す。／地下の蜂蜜街が、朝夕とはいはず、終日深更までごつたがえす幾百万の人波にもまれて、渦潮の中から街の紳士や、さては恐るべき子供など暗黒街の使徒達を浮び上げることは又当然のことといはねばなりません。そしてそれらのデザルトの立にわが大阪最上のアミューズメントセンターがあなたがたに無二の接待をするのです(同、10-11頁)。同紙「発刊のことば」に「★時代が新しいアミューズメントセンター(娯楽街)を求めている!奮い殻を破つて梅田アミューズメントセンターは出発する!」とある。

- 7) 近年、大都市の闇市の研究が進んでいる。例えば、橋本健二・初田香成編著『盛り場はヤミ市から生まれた(増補版)』(青弓社、2016年)、井川充雄・石川巧・中村秀之編著『〈ヤミ市〉文化論』(ひつじ書房、2017年)、村上しほり『神戸 闇市からの復興』(慶応義塾大学出版会、2018年)などがある。ただし、大阪についてのまとまった研究は菅見の限り見られない。
- 8) 例えば、篠崎昌美「大阪の盛り場百年」(『しょうと大阪』第17号、大阪有名大店会、1967年3月)は8頁の読み物であるが、キタに関する記述は1頁で残りはすべてミナミの記述である。
- 9) 磯村英一「大阪駅を中心とする都心地区調査-梅田地区の人口と地域の構造」『都市問題研究』第7巻第9号、1955年9月。
- 10) 大阪梅田に関する基礎文献として、宮本又次『キター中之島・堂島・曾根崎・梅田-』(ミネルヴァ書房、1964年、2013年復刻版)、『大阪駅前市街地改造事業誌』(大阪市都市整備局、1985年)、大阪ターミナルビル株式会社駅史編集委員会編『大阪駅の歴史』(同社、2003年)、(財)大阪都市協会編『北区史』(同会、1980年)、『阪急不動産10年史』(同社、1964年)などがあるが、前掲、磯村論文が参照された形跡はない。
- 11) 国史大辞典編集委員会編『国史大辞典6』吉川弘文館、1985年、296頁。
- 12) 前屋敷史子「色街と盛り場/解説」有末賢・内田忠賢・倉石忠彦・小林忠雄編著『都市の活力』(都市民俗生活誌第2巻)明石書店、2003年。雑誌における「盛り場特集」として『都市問題』第69巻第2号、1978年2月、『都市問題研究』第37巻第6号、第45巻第9号、1985年6月、1993年9月がある。近年の研究については、牛垣雄矢「日本における商業空間の性格とその変化に関する一考察-盛り場からショッピングセンターにいたる空間的性格の変遷より-」『東京学芸大学紀要(人文社会科学系Ⅱ)』第66号、2015年を参照。
- 13) 前掲「色街と盛り場/解説」。
- 14) 吉見俊哉「盛り場」石川弘義ほか編『大衆文化事典』弘文堂、1991年、288頁。この点、久山満夫「副都心盛り場の研究に関する一資料-百貨店にあらわれた市場構造の一断面-」(『武蔵大学論集』第7巻第2号、1959年11月)が、百貨店の品ぞろえから盛り場の性格を探ろうとしており興味深い。
- 15) 前掲「盛り場」。大阪に関する最近の成果として、加藤政洋『大阪-都市の記憶を掘り起こす』ちくま新書、2019年がある。
- 16) この節、特にことわりのない限り『大阪に於ける盛り場の研究-梅田地区-』(以下、『梅田地区』と略す)松竹株式会社調査室、1955年による。
- 17) 「大阪繁華街新地図②キタの巻」『大阪日日新聞』1955年1月4日付、第2面。
- 18) 東宝の1954年7月頃の統計によると、全国に映画館が3,834あり、うち東宝契約館が約半分の1,933あった。東京都は354のうち東宝が202で、大阪府は209のうち東宝が106であった(『東宝二十年史抄』東宝株式会社、1954年、巻末表)。
- 19) ただし、調査が早朝から行われていれば通勤・通学の比率がより高くなると予想される。予算の関係で11時からの調査になったという(前掲、磯村論文)。
- 20) 11時40人、13~19時各44人で、40人+(44×7時間)=348人。
- 21) 原文(『梅田地区』1部、24頁)は387軒とあるが、27頁の376軒を採用した。
- 22) その点においては東京の渋谷と似ているという。
- 23) 『梅田地区』61-63頁。
- 24) 以下「東西ターミナル繁盛記」『旅』第29巻第2号、1995年2月、56-60頁による。
- 25) 『昭和28年度版全国百貨店商店会専門店会有名取引業者総覧(以下、『28年度総覧』と略す)』デパート新聞社、1953年、188、190頁。従業員数は阪急1,830人、阪神389人。
- 26) 東京デパートは、1951年6月国鉄関係退職者が組織して(足集利源治社長)、資本金1,300万円で東京新橋駅構内に二階建総床面積700坪(うち地下約560坪が売場面積)で営業を開始した。従業員数は420人で、取扱商品は一部食料品の消化仕入れを除いて全部直営で、スペースその他の事情から家具類、眼鏡、書籍類は営

## 復興期の大阪梅田周辺

- 業品目から除外されている（『28年度総覧』117頁）。創立時に大阪専門大店社長の渋谷利兵衛が社長候補にあげられていたそうで、大阪梅田駅構内で成功していた専門大店とは対照的に東京デパートの大阪進出は失敗に終わった。専門大店については谷内正往『戦前大阪の鉄道駅小売事業』五紘舎、2017年、第2章を参照。ところで、大阪から東京へ進出した大丸、阪急等の営業はうまくいった。
- 27) 谷内正往『戦後大阪の鉄道とターミナル小売事業』五紘舎、2020年2月、第4章。梅田地下街（現、ホワイティ）は少し後の1963年に建設される。
  - 28) 同じころ、神戸三宮駅が高架駅となったことを機に、阪急三宮駅は楽天地という歓楽街になった。
  - 29) 吉村忠「阪急梅田における盛り場の形成」『都市問題研究』第37巻第6号、1985年6月、95-96頁。当時の梅田では、エノケン、ロッパの活躍、流行歌手の実演と映画の2本立て興行などがあったという（同前）。
  - 30) 田中純一郎『日本映画発達史Ⅳ』中公文庫、1976年、51-52頁。小林（東宝）の「流通重視」とは逆に「制作重視」の行き方をしたのが大映であった（同前）。小林の方針は現在も生きており、東宝は映画制作から手を引いたものの「興行保証などで各地の映画館を組織し、寡占的流通構造を作り出したうえで、映画制作会社に対してもきわめて有利な立場を確保して利益率を維持」している（境真良『テレビ進化論』講談社現代新書、2008年、50-53頁）。
  - 31) 『阪急』（社内誌）第86号（創業30周年記念）、阪急百貨店、1959年6月、77頁。大阪市立中央図書館所蔵。
  - 32) 戦前三井銀行大阪支店に勤務していた小林は南に住居を構えており、南の盛り場によく通じていたと思われる（『小林一三日記』第1巻、阪急電鉄、1991年）。小林の戦後大阪についての構想は、仙海義之「戦災復興院総裁小林一三が描いた戦後大阪-都市構想の夢-」（『阪急文化研究年報』第2号、阪急文化財団、2013年11月）を参照。
  - 33) 前掲「阪急梅田における盛り場の形成」。決定にあたっては、次の4案があった。第1に梅田駅をやや南に延長する。第2に梅田駅の手前で地下におり、新阪急ビル付近を地下ターミナルとして移設する。第3に国鉄高架線の上に、さらに高架の新駅をつくる。国鉄高架線の北側に移す（同前）。
  - 34) 茶屋町については、木津川計編『上方芸能』（第113号、1992年12月）の「中特集 変わるキタの北-うめだからちゃやまちへ」が詳しい。
  - 35) 服部銈二郎『盛り場-人間欲望の原点』鹿島出版会、1981年、143頁。
  - 36) 「開業25周年を迎えた新梅田食道街」『大阪ろまん』創刊号、大阪ろまん出版局、1976年1月、12頁。
  - 37) 吉田肇「食いだおれ、大阪の自慢-新梅田食道街-」『大阪ろまん』創刊号、70頁。
  - 38) 前掲「開業25周年を迎えた新梅田食道街」。
  - 39) 「新梅田食堂街HP」<http://shinume.com/>、2020年1月30日アクセス。

