戦後東京のマーケットについて
－闇市と戦前の小売市場・露店との関係に関する考察－

THE "MARKETS" IN POSTWAR TOKYO
The consideration about the relationship between black markets and prewar stalls, retail markets

初 田 香 成*
Kosei HATSUDA

This paper aims to grasp the "markets" in postwar Tokyo in diachronic perspective. The previous studies have tended to deal "markets" as extraordinary spaces only in immediate postwar years. But this paper will try to deal them as ordinary spaces by clarification of the basis of their existence. Especially, I found the censuses about the "markets" which have not been known so much, and consider the similar commercial spaces in previous or next era such as stalls, retail markets, tenant buildings. This paper will reconsider the significances of "markets" through these works and the consideration of my former paper.

Keywords: black market, stall, retail market, street-stall keeper, kankouba, tenant building

闇市、露店、小売市場、テキ屋、勤工場、テナントビル

1.はじめに
（1）先行研究と本稿の位置づけ

マーケットとは後述するように複数の店舗が並なた商業施設を指す当時の用語で、とくに第二次世界大戦終結から数年の間に闇市として特徴的に各地で現れた。戦後のマーケットは「時代の寵児」とまで呼ばれるほど多数出現し、1948年5月当時の警視庁の調査によれば、東京のマーケットは299、出店者数は8265人に及んだという。しかし、わずか数年後には先行きが乱れまるようになり、実際、1951年1月末当時の東京都の調査時点で194と急速に数を減らしていく。現在では一部の例を除き、都市の表層にその痕跡を見出すことは難しい。しかしそしてそこで予め現れたものが簡単によ消滅してしまうものだろうか。また短期間に普及した背景には何があったのだろうか。こうした問いが本稿の出発点にあたる。

マーケットにふれた既存研究としては、松平謙一の「東京の市場研究」と東京都江東区博多博物館による調査報告、掲載（以下、前稿）があり、既に異を含む城比彦、松山巋らも一部の事例に言及している。また近年は聞き取り調査や現存するものの実測調査も多数行われている。このなかで特に松平によってそれまで暗いイメージで語られた문화の闇市の市場や「ヤミ市場」と表現し直され、「本音」の世界の面であり、庶民生活のエネルギーの源であった」と評価されたのは大きな転換であった。松平は「ヤミ市場」を祭りや聖域に通じる空間と位置づけ、聞き取りや一般的な新聞・雑誌記事にもとづいて、特に池袋と新宿のマーケットを詳細に再現し、都心部の主要な事例を概観している。また、江戸東京博物館は展示模型作成のため聞き取りや火災保険地図図など基礎的資料の収集を行っている。

松平を始めとする既存研究は、当時の新聞記事や一部の特徴的な事例について、マーケットを終戦直後に特有の非日常の空間として捉えがちであった。これに対し、前稿を含めここでは戦後の時代を含めた日常的な状況や、同時代のより幅広い事例を含めた共時的空間を射野に入らなか、マーケットの存立する基盤を空間（文化的な立場や既存の建築との関係など）や社会（報酬者や権利関係など）の観点から解明することで、それが時代を超越して存在する伝統的な基盤のうえに成立したものとして捉え直すことを企図している。

例えば、松平は新宿のような特異的な事例をもって、マーケットを1946年春に初めて現れ、1950年頃に主要なものは消滅したとする。しかし、前稿は主として営業者組織の記念誌をもとに、山手線主要駅前における多数のマーケットの状況を戦後に通して明らかにし、それは1960年代まで存続し、以後もカルマ、地下街化するなかで営業者の特性が受け継がれていることを示した。

山手線を中心とする都心部のマーケットのその後を述べた前稿に対し、本稿はこれまであまり知られていなかったマーケットの全数調査（次節1項で詳述する）を用いることで、新たに明らかにした当時のマーケットの全域的な状況を明らかにする（2節）。そして、戦前の市や私設小売市場の全数調査や麺店の営業者と比較・検討を行うことで、それらとの関係について考察し（3節）、最後にさらに前後の時代にその要素がどのように継承されているか（その後につ

* 東京大学大学院工学系研究科建築学専攻
特任助教・博士(工学)
Research Assoc., Dept. of Architecture, Faculty of Engineering, Univ. of Tokyo, Ph. D. Eng.
いは前稿で考察できなかった郊外の事例とテキ屋組織を中心に、
仮説的考察（4節）。このように本稿は、マーケットの戦前か
らの歴史的な基盤とその後について考察を行い、その位置づけを再
考しようとするものである。
（2）用語の説明
本稿では以下の用語を次のように定義して、使用する。

関市：物資の統制下に公的には禁止された流通経路を経た闇物資
を扱う市場という、商品の性格に規定される用語として用いている。
関市は当初は当局により黙認されていたが、1947年夏頃から関市を
仕切っていたテキ屋組織や飲食店営業が取り缔られ、1948年夏頃
から物資が豊かに出回るようになると、実質的に終焉を迎えていく。
公定価格は1950年頃までに商品ごとに漸次撤廃されており、本稿の
立場からはある時期をもって一応関市がなくなったような
言い方は出来ない。また本稿では関店とマーケットを建築形態から
規定される用語として用いているため、関市はこれらと同じものを
指すこともあるが、異なる側面から規定するものとなっている。

露店：簡単に敷地できる仮設の店舗を指し、伝統的に存在する商
業の形態である。終戦直後から数十年間に関市として各地に自然発
生的に現れた。基本的に土地は所有せず、やがて警察の営業許可を
受けて営業した。東京では1950年の関市整備令で一部を除き公道
上の露店は禁止され、以後は寺社境内などで臨時に営業していく。

マーケット：長屋や街路に通路を引き込みで内部に店が立ち並ぶ
後藤の商業施設のことを当時マーケットと呼んでいた。多くは木造
の簡素な造りで、終戦後は1946年春頃から現れ、露店営業者の
一部をとりこみながら発達していく。しかし、翌年頃から関市の商
店が復興するとともに粗悪な印象が下り抜っていく。マーケット
は戦災復興地域商整理事業地区内建築制限令により一時的な建築
として建築基準法の適用を除外されて建設されたり、特に首都部で
土地を利用化して建設されるものも多く廃れていく一因となった。

小売市場：消費者に販売を行う小売店の集合体が小売市場であり、
とくに近代的な小売市場はその起源が1918年の大阪市の公設小売
市場に求められている。これは都市化の中で安定的な食料品供給
や物価推進対策として地方自治体により導入されたものだった。そ
の後、私設の小売市場も開設され、特に昭和恐慌期に急増していく。

2. 戦後東京のマーケットの空間と組織形態
（1）戦後東京のマーケットの資料について
東京都商工指導所『東京都下商店街およびマーケット名簿』（1949
年12月）、東京都商工指導所商業部『東京都下商店街団体およびマ
ーケット調査』（1951年2月）という戦後東京のマーケットを全数調
査した二つの資料がある。東京都下の商店街団体およびマーケット
の動向を知るため、各区役所、地方事務所、市役所に委嘱して作成
したものであり、商店街は別にそれぞれ区市で222、168のマ
ーケットを掲載している。項目としては名称、代表者名および主た
る事務連絡者、事務所所在地又は連絡先、組織体、電話番号および
店舗数（内空店舗数）が各地区に記されている。

図1 戦後東京のマーケットの分布
リートの情報を探り、できるだけ正確な情報について述べることに注意を払っています。前記の資料は『多忙な日常の業務に携わる系関係者に向けたためには、結果的に見ると多少脱漏のある部分がある』と述べ、調査の主観性により集計に差があった等の様子を理解しました。

以下に、特に記さずに限り数値によってもたらされた等の前記の史料から區域のマーケットについて読み取ることを述べていくこと。

（2）マーケットの分布

1949年4月当時のマーケット調査を集計したものが表1である。

ここからはまず地域別の大まかな傾向が読み取れる。マーケットが最も多くのは渋谷区で32個（マーケット内部の店舗の合計数は849店）で、次いで、世田谷区の24個（517店）、大田区の20個（553店）、中野区の20個（416店）で続いており、横浜市、江東区、目黒区のようにマーケットが存在しない区もある（これは前述した調査上の問題も考えられる）。

図1 1949年11月に発行された『戦災後都市区域表示示意图絵図』（日本地図株式会社）の上にある1949年当時のマーケットの分布をプロットした図である。鉄道駅前や主要街道沿いに立地しているものが多き、地域的には渋谷や表参道の中野、東急沿線などに集中しているのがわかる。一方、都心部ではほとんどすべてが戦災消滅区域（原因で橙色の部分）に、いくつかは戦前の強制破壊区域に分布しており、マーケットが戦中に生まれた空地に立地していたことがわかる。

なお1951年の史料は商店街計画の増加ぶりとマーケットの不振を対照し、マーケット形態の変容を観察していることが判明する。マーケットの形態は立地条件の悪いものが別としても、中区の駄菓子の悪いものの他に、似たようなものが伸び切らないもの、経済的苦労するものの、組織運営の悪いもの等があって、東京都では特に地域に成立するものとなりつつある」と述べ、マーケットが衰退に直面していた様子がうかがえる。

（3）マーケットの組織形態

マーケットの中の店舗数（含店舗併用）は平均して約30であり、11〜20軒が70社と最多で、これ以上21〜30軒が35社、1〜10軒が23社と続く。また店舗数の多い、多いマーケットは池袋戦災復興マーケット（豊島区の450店（内空き店舗200店）、最も少ないマーケットは八丁目マーケット（板橋区）の1店であった。マーケットの組織としては次の七種類が挙げられている（他に不明のもの、二つの組織体から成るものもある）。

（1）店舗各自所有のもの、（2）店舗共有所有のもの中任意団体、（3）店舗共有所有のものの中株式会社、（4）店舗各所有のものの中包帯、（5）店舗各所有のもののの中委託經營、（6）店舗協力のもの、（7）店舗自己のものである。このうち最も多くのが（4）、（5）の「店舗各自所有の店舗を借りているもので271社あり、次いで（1）の「店舗を各自所有するものを30社ある。なお1951年の調査は「店舗建立、専門業等構成図等のもののがやや増加していて13個団体もあるも一時的に傾斜」（1949年時点では7団体）と述べており、マーケットが法人化して生き延びようと努力していた様子がうかがえる。

また「代表者名及び主務事務主任者の人物の性格についてはまだ判明していないが、彼らはマーケット内の何処かの有力者であると推考されるが、もし現在では土地を所有者（江戸川区の藤屋マーケットのK氏など19）、土地は所有しないが建物を所有する者（港区の新橋市場町の井手光治など）などの例が判明している。
（4）マーケットの建築

マーケットの建築について記した史料は多くない（図2参照）。ここでは1947年3月の『名古屋市』という雑誌に掲載された、「どんなマーケットが客を惹くか」という記事をもとに、その様子の一端を明らかにしよう。

これらは『経営と相談』というコーナーであり、五百家ほどの土産を持つ大都市の地主がマーケットの経営法に関する相談を寄せ、同僚の主たる者を務めた清正正が回答したものである。以下、建築や内外装に関する部分を抜き書きしておこう。

「道路は最小限二道である。大きいマーケットならば三間である」

「道路はコンクリートにするか板敷きをするかがよいと、今日それ方が困難とあれば将来のためにして置いてよい」

「道路の両端（もすむ抜けあれば）には敷居などあってはならない。両側の大きな台にする」

「入口は上等品をよく目にする立ちなみなものにして、そこへマーケットの名称を大きく書き出す。これからの夜間営業をするためなるか、赤いと青のネオンがつけるものである」

「店の大きさは間口二軒、奥行二間半乃至三間であれば申し分ないが（日中）間口だけ入れて置いて、これを雨防を施すものである」

「店の入口に敷居を作ってはならない。少々金がかかってもそことはコンクリートを打って、レールにして行う」

「ウインディはどこかとろらならない」

「店の上下もコンクリート又は板敷きにするとよいが、資料の多い今日、それが出来ぬとあれば将来のことも考えてよく、参加者自体がそのをやってもよい。天井は後でよしくベニヤ板が用いらされたが、それよりも今日入手間とあれば、テクスにするとよい」

「開店を関ける時間、開め開める時間、それ等はペルになるように、一斉時点で閉じる。尤も飲食店は例外にしなければならないが、其代わりに飲食店は一般商店に差支えないほうが良いに至っても」

これも当時の地主が自ら地主の活用としてマーケットを営むことを提唱している様子とともに、専門家による理想をもとにした所を指摘し、実用はかなり現実的な内外装の施設の中に狭い店舗があったことを明らかにしている。

３．マーケットの戦前からの連続性に関する考察

（1）戦前の小売市場との関係

ここでは名古屋市役所『私設小売市場に関する調査』（1937年）を利用して、戦前の小売市場の立地や建築形態を比較することで、戦後に京都のマーケットの性格を検討してみたい。

同調査は「名古屋市内に数社する公設小売市場の分布並びにその消長、又はその経営の現状を明歩く昭和11年7月31日までに調査をしたものを」という背景である。なお、名古屋市役所『公設小売市場の現状』（1937年）に「戦前の小売市場の分布」として、名古屋市内に数社する公設小売市場の分布を示すものである。

ここでは主に指されているのは掲載されている小売市場の名称である。

「o市場」というものはほとんどが、わずかに「o市場」と名乗るものが見られる。ここから戦後のマーケットと戦前の小売市場の連続性が示唆される（注：1949年のマーケットの調査でも数は少ないが「o市場」という名前がある）。

では小売市場とはどのような存在だったのだろうか。前向きには戦前の小売市場の建築に関する体系的な研究はほとんどなく、わずかに通路の分野で研究がなされているに過ぎない。そこで東京市では私設小売市場は1919年に初めて開設され、昭和期に入り急速に増大し、1934年に614となったが、その背景には経済不況や地主が短期的な利益目的の下に、寄付金等を出資したことも、戦時経済統制により変わらざるを得ず、戦後に至って東京市では姿を消していくことなどが明らかにされている。

これに対し、本稿では前掲の調査をもとに小売市場の性格を示す
表３ 記載のほぼ一致する戦後の市場（上段）と戦後のマーケット（下段）

<table>
<thead>
<tr>
<th>名称</th>
<th>代表者</th>
<th>住所</th>
<th>他</th>
<th>その他</th>
</tr>
</thead>
</table>
| 二越市場 | 旧市町村 | 品川区北品川2丁目24 | 1978年 | 旧市町村
| 二越市場 | 旧市町村 | 品川区北品川2丁目24 | 1978年 | 旧市町村

表４ マーケット調査のうちテキスタイル販売の関係を有する代表者となっているマーケット

<table>
<thead>
<tr>
<th>名称</th>
<th>代表者</th>
<th>住所</th>
<th>他</th>
<th>その他</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>末電市場</td>
<td>末電市場</td>
<td>品川区東末電2丁目27</td>
<td>45店舗所有者のうち末電</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>末電市場</td>
<td>末電市場</td>
<td>品川区東末電2丁目27</td>
<td>45店舗所有者のうち末電</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>末電市場</td>
<td>末電市場</td>
<td>品川区東末電2丁目27</td>
<td>45店舗所有者のうち末電</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

いくことによります。まず小売市場は南西の郊外を中心に分布していきました。渋谷区の34団体を筆頭に世田谷区31団体、中野区30団体、杉並区30団体、渋谷区29団体、荏原区26団体などが市場の多い区として挙げられ、戦後のマーケットの分布と同様の傾向が見られる。次に市場は個人により営業されているのが434団体と圧倒的に多く、また経営者も市場をめぐり営業するもので約303人とその市場に根ざした経営者が多かった。歴史は所有地が49、借地が49と借地債権の圧倒的に多く、土地面積の平均は122.08坪、建坪平均の標準偏差は98.07坪、最大で406.42坪、最小で15坪であった。建築の材質をみたとき、木造340団体、そのうち平均築284年と多く含まれていた。また鉄筋コンクリート構造が24、木造有効耐久は20ある一方で、鉄筋で5階建てという立派なものもあり、外装も多様であった。ここ、この点については、当時の、相当繁栄する市場であっても開業者は使用料をかるぐなどとし建物設備の改修に全く無関心であるが、保安上、衛生上および交通上から見て雰囲気の点が少なくないし、特に一部を除くと述べられている。一市場の中には市場として128店舗が入居し、店舗数分類として11～15店舗のものが226と最も多く、次いで6～10店舗のものが185あった。空き店舗は平均で約11％である。以上からは戦前の小売市場と戦後のマーケットの間には、分類や組織形態において類似性が見られた。また建築に関しては、構造の点で多少異なっているとはいえ、入り木造市場が多く、一施設内に数軒の店舗が入居していると考えた。建物が変わることを図3に示す。

ここではこうした観点から、これらの調査により、住宅の代表者が一致するかほぼ一致するものとして、表2の例を挙げることが出来る。もう2軒は表3のように住所と代表者がともに（ほぼ）一致した事例である。この2軒は少なくとも同じ世帯に、（ほぼ）同じ所有者による。（ほぼ）同じ建物による。（ほぼ）同じ名前による。（ほぼ）同じ名称の建築物が重複しており、それが1937年時点では小売市場である、1949年時点ではマーケットとして認識されていることを示している。つまり小売市場とマーケットは同種の建築を指している可能性はきわめて高いと言えよう。

（2）露店との関係

次に検討したいのは戦後のマーケットの代表者の性格である。彼らについては不明な点が多いが、岩井商店はテキスタイル販売を行う集団で、その起源は江戸時代中期から末期にさかのぼると、1872年の太政官布告を経て存続をいくことなどを明らかにしていいる。岩井はここでテキスタイルを大アジ、コウジ、ササノコ、モミ、タカノマノなどに分類し、それぞれの150年時の東京の職分の氏名を記している。これをみると、マーケットの代表者と一致する例が見られるのである（表4）。他にもマーケットの調査においては出てこないが、新宿の尾崎喜之助による尾崎メートル、野原新次郎による野原、梅ヶ谷マーケット、和田誠による和田組マーケット、安田敏による安田組マーケット、新橋の松田義による新橋新市場などが、テキスタイル販売の親分により設立されたマーケットと推定される。これらはおそらく一部であるが、近世以来の露店においてはテキスタイル販売の親分が、戦後・戦前のマーケットの建設、運営に乗り出した様子がうかがわれる。

4．おわりに

ここまで戦後東京のマーケットの全数の実態を踏まえたうえで、戦前の小売市場と戦後の小売市場との関係について考察してきた。以上の作業からは、戦後の東京の露店市場においては戦後の小売市場やマーケットという内部に複数の店舗を並べる商業施設と、近世末の露店市場という、わが国の市と商売の形を形成させてきたものがあるが、それぞれに共通する特性を示すことができる。そしてその特性は、戦後の東京の露店市場においては、小売市場が急激に変化を遂げるなかで、業績を維持するためには、新しい形態の店舗の設立が求められている。この様式は、既存のマーケットと異なる新しい形態の店舗の設立が求められている。この様式は、既存のマーケットと異なる新しい形態の店舗の設立が求められている。この様式は、既存のマーケットと異なる新しい形態の店舗の設立が求められている。この様式は、既存のマーケットと異なる新しい形態の店舗の設立が求められている。この様式は、既存のマーケットと異なる新しい形態の店舗の設立が求められている。
両者の中には「デパート」「百貨店」を名乗る施設が含まれていた。とくに私設小売業者では既定のように立派な構造を持つものも多く、これを当時の人々が、「我々が「小売市場」と呼ぶマーケット」という言葉から想像するよりも高い範囲を、一つの建築群として認識していた可能性を示しているのではないか。例えば、現在でも一定の区画の中に小売業が集まる「小売市場」を指す施設を見ることができる。これには戦後のマーケットがその前、内部の特徴を大きく変えずに大規模な建物に建て替えられていた様子が示唆される。ときに郊外に多数あったマーケットは戦後、戦災が軽かったこともあって、都心部と異なり元の地主が比較的自分の土地を自由に使える状況にあったと考えられる。そして駅前などの適当地域では元の地主がマーケットを自ら建設・運営していたのだろう。
こうした土地ではマーケットは都心部のように区画整理事業を介して急激に消滅するようなことはなく、徐々に姿を消していったことだろう。そしてその後の経済成長とともにあって、戦前後に新設された「小売市場」として一部が存在していたような敷地コンクリート造りや鉄骨造のビルなのでいったのだろうか。すなわち現在、どの駅前でも普通に見られる、小売業や飲食店が集まるテナントビルである。ここでは、土地を建物を建設・所有するもので、ウォーフェに数多の借家が店舗営業を行うようなやや大型の建物ビルに、連続性が見せることができる。例えば、世田谷区に存在した大倉市場は、その後建て替えられて、三軒茶屋ブンビルとして現存している（図5）。

ではマーケットから姿を消していくテナントビル群はどうだろうか。前述の大橋は戦後の急増を背景に、地元と新たに共同して会社を組織、共同組織を支努する、地元の一人である倉持忠助が東京府会議に進出したことを明らかにしている。そして、こうしたテナントビル群の規制の政治への進出しという動きは戦後に見られたものだ。例えば大田区新田・丁丸市場の代表者であった藤本頼行（1972年）は、コメ市の規制のあり方を、後に東京都会議員や冏会長まで務める。また最も象徴的とも言えるのが、新宿で電設マークを営業していた尾崎喜之助の妻。彼女は1947年の衆議院議員選挙で出馬している（結果は、1950年の衆議院選挙において彼女が出馬している）。それらの規制は都を支えるようにも思われている。地元の一人である倉持忠助が東京府会議に進出したことを明らかにしている。そして、こうしたテナントビル群の規制の政治への進出しという動きは戦後に見られたものだ。例えば大田区新田・丁丸市場の代表者であった藤本頼行（1972年）は、コメ市の規制のあり方を、後に東京都会議員や冏会長まで務める。また最も象徴的とも言えるのが、新宿で電設マークを営業していた尾崎喜之助の妻。彼女は1947年の衆議院議員選挙で出馬している（結果は、1950年の衆議院選挙において彼女が出馬している）。それらの規制は都を支えるようにも思われている。地元の一人である倉持忠助が東京府会議に進出したことを明らかにしている。そして、こうしたテナントビル群の規制の政治への進出しという動きは戦後に見られたものだ。例えば大田区新田・丁丸市場の代表者であった藤本頼行（1972年）は、コメ市の規制のあり方を、後に東京都会議員や冏会長まで務める。また最も象徴的とも言えるのが、新宿で電設マークを営業していた尾崎喜之助の妻。彼女は1947年の衆議院議員選挙で出馬している（結果は、1950年の衆議院選挙において彼女が出馬している）。それらの規制は都を支えるようにも思われている。地元の一人である倉持忠助が東京府会議に進出したことを明らかにしている。そして、こうしたテナントビル群の規制の政治への進出しという動きは戦後に見られたものだ。例えば大田区新田・丁丸市場の代表者であった藤本頼行（1972年）は、コメ市の規制のあり方を、後に東京都会議員や冏会長まで務める。また最も象徴的とも言えるのが、新宿で電設マークを営業していた尾崎喜之助の妻。彼女は1947年の衆議院議員選挙で出馬している（結果は、1950年の衆議院選挙において彼女が出馬している）。それらの規制は都を支えるようにも思われている。地元の一人である倉持忠助が東京府会議に進出したことを明らかにしている。そして、こうしたテナントビル群の規制の政治への進出しという動きは戦後に見られたものだ。例えば大田区新田・丁丸市場の代表者であった藤本頼行（1972年）は、コメ市の規制のあり方を、後に東京都会議員や冏会長まで務める。また最も象徴的とも言えるのが、新宿で電設マークを営業していた尾崎喜之助の妻。彼女は1947年の衆議院議員選挙で出馬している（結果は、1950年の衆議院選挙において彼女が出馬している）。それらの規制は都を支えるようにも思われている。地元の一人である倉持忠助が東京府会議に進出したことを明らかにしている。そして、こうしたテナントビル群の規制の政治への進出しという動きは戦後に見られたものだ。例えば大田区新田・丁丸市場の代表者であった藤本頼行（1972年）は、コメ市の規制のあり方を、後に東京都会議員や冏会長まで務める。また最も象徴的とも言えるのが、新宿で電設マークを営業していた尾崎喜之助の妻。彼女は1947年の衆議院議員選挙で出馬している（結果は、1950年の衆議院選挙において彼女が出馬している）。それらの規制は都を支えるようにも思われている。地元の一人である倉持忠助が東京府会議に進出したことを明らかにしている。そして、こうしたテナントビル群の規制の政治への進出しという動きは戦後に見られたものだ。