

Street-level Autonomy : From the Records of a Street Market Cooperative Since 1955 on

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2017-10-02 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/2297/5145

ストリート・レベルの自治

— ある露店市場の記録簿（昭和30年～）から —

溝 部 明 男

- | | |
|------------------------|--------------------|
| §1 はじめに | §5 十二市場組合の活動 |
| §2 本町十二市場（下市場）の概要 | 1. 意思決定 |
| 1. 十二露店市場 | 2. 会計部門 |
| 2. 十二市場組合 | 3. 娯楽 |
| §3 記録簿の概要 | §6 ストリート・レベルの自治 |
| 1. 記録の期間と分量 | 1. 自治の三つのレベル |
| 2. 記録者 = 保管者、記録の意図 | 2. 市役所と十二市場組合 |
| 3. 記録の文章 | 3. 十二市場組合のその他の特徴 |
| §4 年次別変化 — ゆるやかな衰退過程 — | §7 時代の波と十二市場組合 |
| 1. 記録量の変化 | 1. 将来への危機感 |
| 2. 組合員数の変化 | 2. 「街角のスーパー」との競合 |
| 3. 大売出し期間中の売上額の変化（推定） | 3. ストリート・レベルの自治の限界 |

§1 はじめに

旧新潟市の中心部であった古町あたりから1 kmほど北側に、今日ではかなりさびれてしまった露店市場（本町十二番町露店市場）がある。ふとした縁からこの露店市場で昭和30年以来書きつがれてきた記録簿を借用し閲覧する機会を得た。

筆者は以前に、新潟市の露店市場のゆるやかな衰退の理由を、新潟市行政当局の露店市場管理政策の変遷・公設中央卸売市場の開設に伴う朝市の禁止・大型店の出店などに求めて論じたことがある¹⁾。しかしその時には、露店市場の衰退をあとづける時系列的なデータが入手できなかったため、たとえば「朝市の禁止」が実際に露店市場にどの程度の影響を与えたのかは不明のまま残ってしまった。

そのことが気にかかっていたので、この記録簿に出会った時、ここから具体的なデータが得られるかもしれないと期待した。しかし、この記録簿は午前9時頃に開始される露店市場の記録であって、午前4時頃に開始されていたはずの朝市部分を含んではいなかった²⁾。かりにこの記録簿から時系列的なデータを復元できたとしても、少なくとも「朝市禁止令」がどのような影響を与えたかという問題について、決め手となるようなデータは得られないということである。

けれども、記録簿をひろい読みしているうちに、筆者の当初の限定された関心の下に一部だけを利用するのでは惜しいという気がしてきた。というのは、露店市場内部の運営の

様子が綿密に記録されているので、露店市場に関心をもつ研究者にとってはいうまでもなく、さらに、組織論や地域自治など他の領域の研究者にとっても高い資料的価値をもつのではないかと思われたからである。

そこで、まず順序としてこの記録全体の概括的な紹介をさせていただきたいと思う。また、記録を通読する過程で若干の時系列的データを復元することができ、いくつか興味深い問題にも出会った。紙幅の制約はあるが、紹介とあわせて内容の簡単な分析にも立入っておきたい。以上の2点が本稿の目的である。

記録簿の記述をする前に、以下の点についてお断りしておきたい。

(1)文脈に応じて適宜記録簿からの引用を行うが、原文通りの忠実な引用は煩瑣になるので、誤字・脱字の訂正はその都度明示することをしない。また、場合によってはそうと明示することなしに部分的に要約的な引用を行うことがある。

(2)市場及び組合の固有名詞、記録者・保管者の固有名詞の明示については承諾をえたが、それ以外の関係者はすべて仮名とする。また、具体的な個人の行動については、プライバシーを配慮して立入った言及や引用を避けた。

(3)記録されている出来事について、筆者の観点から、自由な解釈を記述した箇所がある(とくに§5、§6、§7)。当事者の立場からみて、あるいは客観的な立場からみても、歪みをもった解釈を述べているかもしれない。事柄の性質上、事実関係そのものが十分にフォローできていない場合があるが、それにもかかわらず、読者には、事実とそれについての解釈を区別して読んでいただくようお願いしたい。

§2 本町十二市場(下市場)の概要

1. 十二露店市場

五菜堀通りごさいほりから甚九郎小路まで、約200mの本町通り沿い両側が十二番町である。道路の両側は商店街となっており、アーケード³⁾ つきの歩道がある。この歩道上に、商店街と対面する形式で露店が(定休日を除いて)毎日でている⁴⁾。1991年時点の出店数は(割店を含む)多い時で45店程度ということであった。出店業種は、組合理事長帆刈さんの話によれば、(1989年頃)野菜と衣料が中心でその他、履物・切り花・菓子・漬物・植木・瀬戸物などが1~2店程度。昭和30年頃にも野菜と衣料が多いという業種構成は同じだった。鮮魚は従来からこの市場への出店は少なく、「かみ上市場」(本町五・六番町)の方へいていた。塩干物はここにもきていたということである。

200m弱の区間の両側にどのくらいの出店数が可能かということ、帆刈さんの記憶では、1店あたり2mまたは4mの間口で117店並んでビッシリだったという。この時期はいつ頃だったか、はっきりしない点もあるが帆刈さんの記憶では、昭和38~39年頃でそれがだ

いたい昭和41年頃までは続いたようだ。当時は4mとる人は少なく、アーケードも完成していなかったのもまだ小屋を使う人もあった頃である。

十二番町地区の略図を示しておく。(図1)。

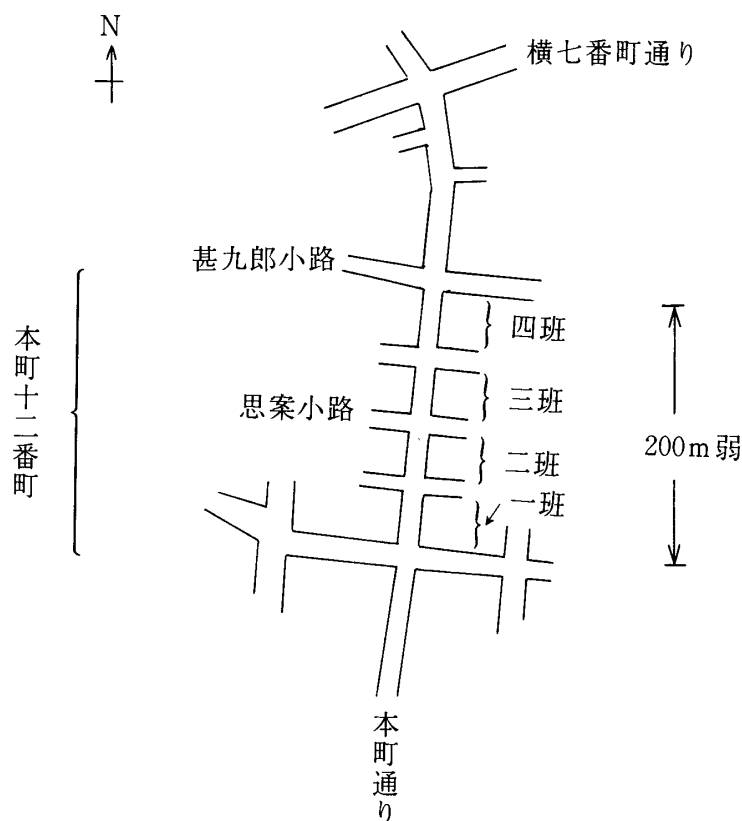


図1 本町十二番町の略図

3本の小路で区画された四つの区間をそれぞれ1班・2班・3班・4班と呼ぶ習慣である。この班は、組合の役員選挙のさいの選出単位ともなっている。

この市場の起源は定かではないが、その前身は相当古くからあったと推定できる⁵⁾。明治6年、明治19年の文書中に、「北市場」「本町十二番丁市場惣代」「本町十三番丁市場惣代」などの言葉が見出される。明治19年の文書によれば、この市場は明治6年8月に道路工事のために一時、東堀通十二番丁へ移転していたが、明治14年8月にふたたび本町通りの本拠地に戻ったとされている。

市制施行時(明治22年)の旧新潟市⁶⁾には二つの主要な露店市場があった。南市場と北市場であり、前者が主で後者が従の勢力関係にあった。本稿でとりあげている十二番町露店市場は、ほぼ後者(北市場)の後継市場であると考えてよい。より正確に言えば、空間的には十三番町その他の区間を除いた部分、また時間的には早朝に開かれて卸売機能も併

わせもっていたであろうと推測される「朝市」を除いた部分が、本稿でとりあげる十二番町露店市場であるということになろうか。今日では「北市場」という名称は使われず、通称「本町下市場」あるいは単に「下市場」と呼ばれている。

「南市場」と「北市場」は、今日の^{まさや}榎谷小路（名称は小路だが今の新潟市のメインの大通り）を間にはさんで本町通りという1本の道路沿いに約1kmを隔てて位置していた。この地域は古くは信濃川河口に通ずる運河網が発達していたところである⁷⁾。

これらの水運網は都市化の進展とともに順次埋められて道路となり、また信濃川河口も幅を狭められ、北市場も南市場も水上交通の利を失った。帆刈さんの話によれば、彼がこの地区に転入してきた昭和26年頃には、十二番町の南端に接する「五菜堀」はすでに水が流れなくなっており、ドブ池と化していた⁸⁾。舟はまだ1～2艘あったが、物資の運搬手段に舟が使われていた時代はもう過ぎていたということである。「五菜堀」は昭和35年すぎに埋立てられて道路となり、十二番町近辺の堀は最終的に消滅した。

2. 十二市場組合

記録簿^{じょうみせ}は常店出店者たちがつくる組合の記録である。組合の変遷について簡単にふれておこう。

組合の成員は常店出店者と重なる。^{わりみせ}割店の出店者は組合員外である。割店に対する場所の配分は、組合の直接的な管轄下にあった。このことは、記録されている全期間を通じて一貫している。「本町十二市場組合」の創立総会は、昭和30年3月15日に開かれた。前身は「市場会」と呼ばれていた。創立総会の出席者は103名、委任状が8名と記載されている。発足時の組合員数は111名であったと判断される⁹⁾。

創立時の役員は、組合長・副組合長・監事・会計・委員の各役職が計14名選出されている。常店出店者には、露店のみのもので専業者と、常設店舗（ウチ店という）・露店の両方を兼業する人とがいる。役員14名の構成は、ちょうど半数が露店専業者であり、他の半数は本人または配偶者がウチ店をもちつつ露店も出す人々である（帆刈氏のインタビューによる）。記録簿をみてゆくと、市場会・商店会・町内会という三つの集団からなる三者関係が市場の自治において主要なトピックの一つになっていることがわかる。創立時の役員の半数は、これら三つの集団の二つないし三つに同時に所属する人々であったろうと推測される。

会長のF氏（昭和41年末まで会長・理事長）は代々この地区に居住してきた家に属し、F氏本人は瀬戸物¹⁰⁾を中心とする古物商の露店を出していたが、F氏の配偶者が同時にウチ店を営業していた。F氏はおそらく戦前期の露店市場の見聞をもち、市場会の運営方法や地区の自治について伝統的なノウハウをある程度継承していた可能性がある。しかしこの点は未確認である。F氏のリーダーシップは昭和41年末（あるいは42年初頭）に病身高齢のために引退するまで続いた。

「本町十二市場組合」は昭和37年1月に「本町十二振興協同組合」に発展的に改組された。(以下ではこの組合を「協同組合」と略称し、この「協同組合」とその前身の組合をまとめて、単に「十二市場組合」あるいは「市場組合」と略称する。また、商店会・町内会との関係の文脈では、記録簿の用語法に従って、「市場会」という語を使うことがある。)「協同組合」は法律に裏付けられた存在なので法人格をもち、「新潟県中小企業中央会」の指導下に入った。法人発足時の組合員数は107名であった。すでに述べたように昭和41年いっぱいまで、前組合会長でもあったF氏が理事長をつとめ、その直後二人代表制の短期間をはさんで、帆刈氏にバトンタッチされた。

「協同組合」は31年間存続し、1992年に解散して法人を清算した。解散時の組合員数は30名であった。後継組合は「本町十二市場組合」となり、一つ前の時代に使われていた名称に戻っている。

§ 3 記録簿の概要

記録簿の外面的な特徴をまず記述しておきたい。

1. 記録の期間と分量

昭和30年3月15日の組合創立総会の記録から開始され、現在も引き続き書き継がれている。(以下、年月日については昭和・月・日を省略して表記することがある。西暦の場合には4桁の数字で表わす。)

全10分冊である。最後の第10分冊は現在も使用中であるため、本稿で扱うのは第9分冊まで(昭和60年末)である。第9分冊までをコピーし、内容の要約をワープロに入力したものを本稿のために準備した。

各分冊のサイズはすべて同一でB5版よりやや小さ目の大きさ。記録に使われた頁数は、各分冊とも200頁前後。用紙は1頁あたり縦罫12行の市販のもの。1行に手書きで約17字前後の記載である。第1分冊の欄外に「ユニバーサル十二行」、第2分冊の欄外に「アサヒの七十五号」「和帳はアサヒ……」などと印刷されている。本文用紙は袋綴で、厚紙の表紙と裏表紙がついている。おもて表紙の外側に、記録期間、第何号、「記録簿」という標題、組合名が墨書されている。

汚損・破損も虫喰いもなく良好な保存状態である。

各分冊に収められている記録期間を一覧表にしておく(表1)。各分冊の「通算の期間」は、その分冊の前号の最終日付からその分冊の最終日付までの期間とした。

表1 各分冊の記録期間

	始まりの日付と終りの日付	通算の期間		始まりの日付と終りの日付	通算の期間
第1分冊	(昭和) 30. 3. 15~32. 9. 6	2年6ヶ月間	第6分冊	44. 2. 1~47. 9. 1	3年8ヶ月間
第2分冊	32. 11. 13~35. 2. 3	2年5ヶ月間	第7分冊	47. 9. 22~50. 12 (日付なし)	3年4ヶ月間
第3分冊	35. 3. 6~37. 2. 25	2年1ヶ月間	第8分冊	51. 1. 22~54. 10. 21-23	3年10ヶ月間
第4分冊	37. 4. 28~40. 12. 21	3年10ヶ月間	第9分冊	54. 11. 11~60. 12. 31	6年2ヶ月間
第5分冊	41. 2. 2~43. 12. 18	3 年 間	第10分冊	61. 1(日付なし)~	7 年間以上

2. 記録者 = 保管者、記録の意図

記録者は当初より一貫して帆刈氏1名である。帆刈氏の説明によれば、組合の庶務係の仕事として記録を開始し、組合内部においては公式記録とみなされている。

帆刈氏は、庶務係や会計係担当の役員を経て昭和42年6月に代表理事となった。代表理事のポストについたあとも、記録は彼の手で続けられている。記録の役割に適任の人はおそらく彼以外に見つからなかったのだろう。

帆刈氏は一度だけ組合役員の辞任を表明したことがある。その時の経過と心境も詳しく記録されている¹¹⁾。2ヶ月後に再び役職名つきで帆刈氏の名前が記録されているが、その間の1回分の臨時役員会の記録も途切れることなく続いている。記録の仕事は組合内で分担されている仕事の一つであることは確かだが、記録に対する帆刈氏の個人的情熱がなければこれだけ長期間にわたる継続は不可能であったろう。

記録の意図について(上述の辞任表明の出来事にもふれて)電話でお尋ねしたところ、「あとで参考になる。あとでわかってくれる」というご返事だった。組合内部の関係者達が「わかってくれる」ことを期待して記録を続けた。記録簿は組合内部で読めるようにしてあったので、「案外役に立ちました」ということである。

現在では第1分冊から第9分冊まで帆刈氏の自宅に保存されている。

参考までに帆刈氏の略歴を注に付す¹²⁾。

3. 記録の文章

インクあるいはボールペンによる手書きである。はじめの頃は楷書体で書かれているが、しだいに達筆な崩し字で書かれるようになる¹³⁾。

ほとんどの文章は判読可能である。時々越後弁の特色である「い」と「え」の入れ替りがある。あて字はしばしばである。旧仮名使いがごくまれにまじる。句読点はほとんど使われていない。頁のナンバーは打たれていない。

文章の主語にまれに「私」という一人称が使われ、個人的感懐が記されることがある。問題の背景説明が省略されているために、何が問題になっているのか理解しにくい箇所が時々ある。

§ 4 年次別変化 — ゆるやかな衰退過程 —

記録簿から得られる時系列的データを紹介しておこう。

1. 記録量の変化

毎年の記録量はその年の行事の数、発生した問題の質と量などによって左右されるだろう。また、(役員達及び記録者の) 仕事への習熟や加齢なども影響するかもしれない。

記録量の大づかみな変化は表 1 からわかる。昭和50年代半ば以降、記録の密度は相対的にまばらになっている。これは、組合員数の減少とも並行する(図 3) ので、組合活動の低調化によるものと考えてよいだろう。第 4 分冊に記録量の減少が見られ、第 5 分冊では一時的に増加に転じている。第 3 分冊～第 5 分冊の期間(昭和33年～43年)の前後について、1 年あたりの記録量を算出してみた(頁数を記録量の指標とした。図 2)。

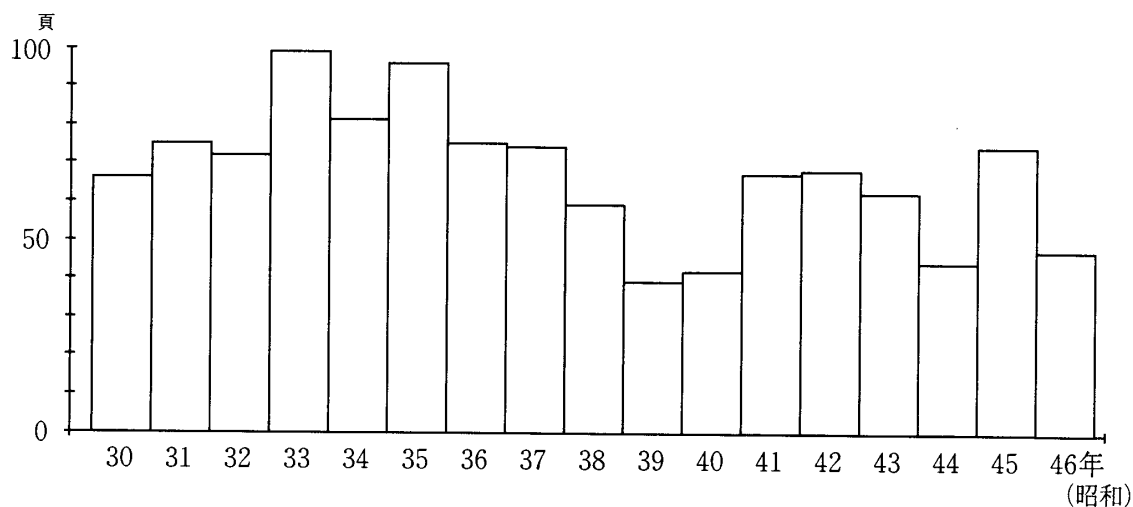


図 2 記録量の変化

記録量のピークは昭和33～35年にあり、その後同39¹⁴⁾～40年にボトムとなり同41年にはやや回復している¹⁵⁾。

この変化の趨勢の理由を一言で説明するのはむずかしいが、おそらくリーダーの交代による組合運営の変化と重なっているのだろう。昭和42年から新しいリーダーの時代になっているが、実際には前リーダーは40年1月に一度辞表を表明しのちに撤回しているので、実質的には41年から組合の運営が変化したと考えて差支えないだろう。新リーダーの帆刈理事長時代の特色は、運営がより整備されたことである。たとえば、少額ながら役員手当

が支給されるようになったのは、41年の年初以来である。また、場所割りに関する問題も、規定に厳密にかつ役員会で几帳面に取り上げられるようになった。

従って、昭和35～40年にかけては記録量を減少させるような組合運営の単純化の過程があり、そして昭和41年以降には運営面で記録量をふやすような若干の変化があったと解釈しておきたい。

2. 組合員数の変化

昭和30～31年の登録組合員数は年初に記載されている。しかし、32～45年の14年間で登録組合員数が判明するのはわずかに5年間だけである。組合員数を毎年記録することは習慣化されていない¹⁶⁾。

そこで、「大売出し」の収支明細から参加組合員数が判明するので、それを利用したい。組合主催の大売出しは、7月の「中元大売出し」が昭和45年まで、12月の「年末大売出し」は44年まで続いた。各回の大売出しのあとには、必ず詳しい「収支明細表」が記録されている。

「大売出し」に参加する露店はすべて申込金を払う。組合員と組合員外¹⁷⁾とではこの申込金に差がある¹⁸⁾。昭和32年以降の収支明細にはこの差に沿った人数の記載がある。

判明する登録組合員数と大売出し参加組合員数の間には若干の差がある。たとえば、昭和44年に積立金の利子を81名で分割するという記載があるが、この年の中元と歳末の大売出し参加組合員数は75名である。6名の差がある。登録していながら実際には休店していた人もあったろうから、大売出し参加組合員数は、実際に出店していた組合員数にもっとも近い数値であると考えられる。

「中元大売出し」と「年末大売出し」の参加組合員数を平均して、その年の組合員数の代替とした。昭和52年以降はとびとびに判明する登録組合員数を参考までにドットした(図3)。

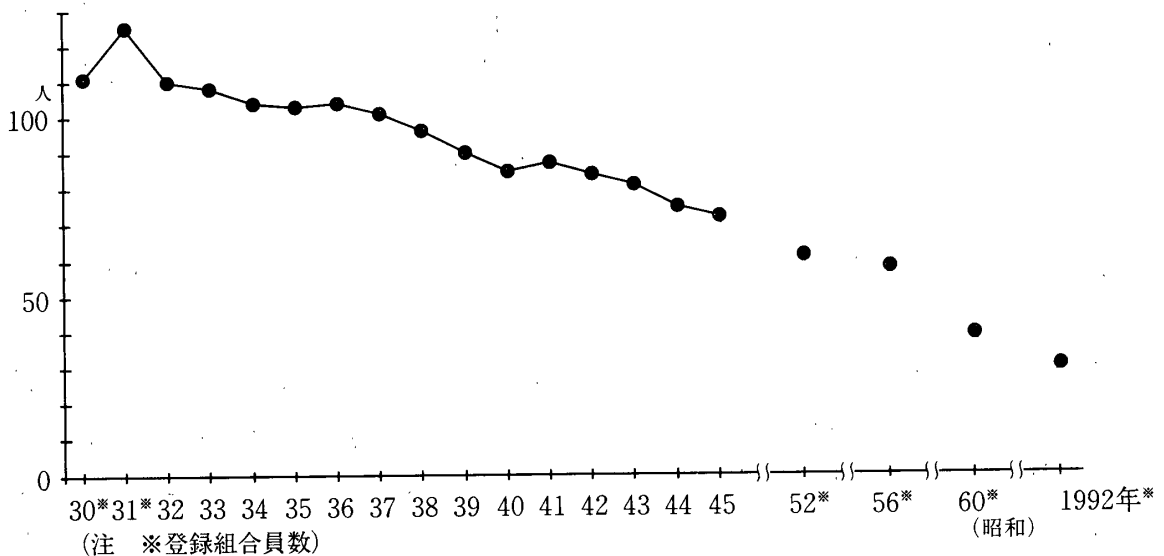


図3 登録組合員数もしくは大売出し参加組合員数

図3に関連する細かな情報は注9及び19を参照してほしい。

図3をみる限り、組合員数は長期にわたってゆるやかに減少している。四半世紀の間にピーク時の半数となった。組合員の脱退を招くような組合の内部亀裂は記録簿をみる限りでは見当たらない。組合員の減少は、露店商売の相対的魅力の減少、とくに収入面での魅力の減少によるものと考えておきたい。この露店市場の経済的な好不調の短期的な波はならされて、また長期的な波は若干のタイム・ラグを伴って、組合員の減少に反映されているだろう。逆にいえば、組合員数の減少は、この露店市場の経済的斜陽の進行とほぼパラレルであったと推論して大きな間違いはないだろう。

3. 大売出し期間中の売上額の変化（推定）

露店市場の経済的盛衰の指標としては、実際の出店者数の時系列データのほかに、1店当りの売上額の時系列データがほしい。この2種類のデータの入手はきわめて困難である。本稿では前者のデータを組合員数で代替した。後者のデータは、大売出し期間中の総売上額の変化で代替したい²⁰⁾。総売上額のデータはかなり間接的な推定に頼らざるをえない。

大売出しの際には、買物額50円（昭和39年末からは100円）につき抽選補助券²¹⁾ 1枚が買物客に渡された。毎回の「収支明細表」には発行された補助券の総合計枚数が記載されている。

そこで、この発行枚数に50円もしくは100円を乗じて総売上額を推定することとした。実際には50円もしくは100円未満の買物額があったろう。しかし、この推定方法以外によい方法がないので、端数の買物額は無視することにする。

「中元」または「年末」大売出しの期間は、10日間が最頻値である。記録簿にたとえば、「10日間（5日から15日まで）」と書かれている場合、実質10日間なのか11日間なのか判断としないが、10日間という表現の方を採用した。「中元」の総売上額と「年末」の総売上額の合計を通算の期間日数で除して、その年の大売出し期間中の1日平均総売上額とした。

細かな点は注22を参照してほしい。

「大売出し」が行われた昭和30～45年の期間は「高度経済成長」の時期とちょうど重なるので物価の上昇が激しい時期であった。そこで、各年次の売上額を消費者物価指数²³⁾を使って昭和30年水準に換算して、さらに同30年を100とする指数に直して表示した（図4）。

（補正前の1日平均売上総額は、たとえば30年37万8千円・37年55万7千円・43年55万4千円である。30年水準に換算すると、37年46万円・43年33万円となる。）

図4をみると、売上額のピークは昭和37年あるいは37～39年である²⁴⁾。（30年は中元大売出しのデータが欠けているので次の年の）昭和31年を100とすると、同37年には148となっている。この間、出店者数は微減と考えられるから1店当たりの実質収入の伸びはよかったといえよう。

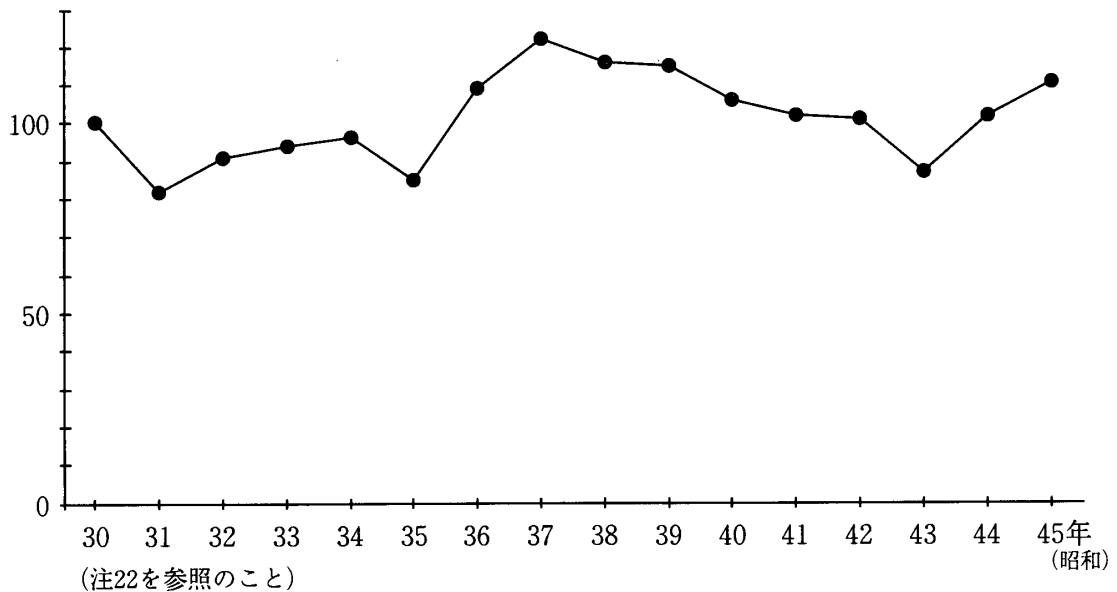


図4 大売出し期間中の1日売上総額（推定）

単純化していえば、昭和30年から37年にかけてこの露店市場の売れゆきは登り調子で、同37年あるいは37～39年に天井を打ち、その後は下降局面に入ったと要約できるだろう。世の中全体の高度成長の前半部分の波には乗れたが、昭和40年以降の時期にはむしろ波にとり残された、あるいは波をかぶる立場にまわったといえるだろう。

§5 十二市場組合の活動

毎年ほぼスケジュール化していると思われる行事・活動を三つの項目にまとめて簡単に紹介しておく。

1. 意思決定

(1) 「役員会」「理事会」

組合の当面する諸問題を取りさばき、総会に提出する原案を作成するのは、「役員会」もしくは「理事会」である。(37年に協同組合化された後はそれまでの「役員会」が主に「理事会」と呼ばれるようになった。本稿では「役員会」という用語で統一しておきたい。)

記録簿は年月日ごとに頁が改められている。この年月日ごとの記載を1単位として(例外的に日付のない記載も内容から判断して1単位と数えた場合がある)、記載数を昭和30年～47年までの18年間についてカウントしてみた。平均は20.6回/年である。もっとも記載回数が多い年は昭和45年の34回である。その34回のうち「役員会」の記録は12回で記載回数の約35%となっている。この年は組合がA青果商の振るまいに手を焼いた時期である。参考までにこのA青果商と組合のやりとりを簡単に追っておこう。

A青果商は卸売商でもあるが、十二番町に小売のための常設店舗を構え、自店舗前に割店の露店を出して（従って「市場組合」には所属していない）安売り攻勢をかけたことから、他の青果出店者グループの強い不満を招いた。組合役員会は、ほとんどあらゆる手段²⁵⁾を講じているが、円満な解決にはなかなか至らなかった。

A青果の言い分は筆者の想像も若干まじえると、新潟市の条例と市役所の担当課長の権限には従うが、組合の指示にいちいち従うことはできない、とくに安価な販売を差止める権限は誰にもない、というものであったろう。「市場組合」の立場からすれば、出店間口のオーバーなどの問題もあるが、（表立って表現されることはなくても）この安く売るという行為こそが「市場の秩序と運営」を乱すことになるわけである（これは筆者の解釈である。組合サイドにはまた別の見方があるだろう）。「いちば」と「しじょう」の違いはあるが、今日の消費者サイドの利害と「業界の利害」という問題に通底する面もあり、興味深い一連の出来事である。

このA青果問題はかなりこじれたようで、組合側は、組合が使用権をもっている天幕施設（歩道部分の木製の屋根に装着されていた）をA青果に使わせないという態度に出ている。46. 8. 2には市役所商業観光課に意見を申し立てにしている。この時の出席者は、「市場組合」から4名、市役所側から課長以下4名である。この陳情を受けて市役所側は翌日に、A青果に対して「強行な説諭」を行い、一応の妥協が成立している。

露店市場は市役所に管理されるというのがタテマエである。実際には、日々の問題には「市場組合」が対処している²⁶⁾。現場では「市場組合」による自治がある程度成立しているが、彼らのストリート・レベルの自治は、既に出来上がっている「十二露店市場」の枠組みを守ること、具体的には市場の慣行及び個々の成員の既得権益を当然視して守る方向に全精力を注ぐ傾向をもっていったように筆者には感じられる。

一般に、明確な優位性をもつ新規参入者との競合²⁷⁾は、ストリート・レベルの自治力によっては解決できない問題の一つである。A青果のケースでは、安売り攻勢という価格面の競争と、出店間口をオーバーするといった細かな慣行の無視という2つの問題点が重なっていた。それだけに、市場組合にとって重要な、また解決に難儀した問題であったのだろう。

いずれにしても、組合の自力では解決できない問題を抱えこんだときにはじめて、実効ある解決手段の一つとして、タテマエ・レベルの市役所の権限を内部に導き入れている。A青果と「市場組合」との対立はこの定型的パターンを示す一事例である。

(2) 総 会

組合の最高の意思決定の場である総会は、通常年1回開催。初期には定時総会と臨時総会の年2回開催の年もあった。役員会のプラン通り進行する総会もあるが、出店者たちから現場の細々とした問題が質疑応答の中でもち出されることもある。一例として、昭和35

年3月の総会の主な項目を列挙する。

- ① 前年度事業報告（春と秋の行楽・大売出し・下水道反対運動・出張所新所長との懇親会・DDT撤布・新年宴会）
- ② 会計報告
- ③ 質疑応答
- ④ 役員選挙（実際には選挙することなく全員留任。役員互選により、会長・副会長を決定）
- ⑤ 新年度事業計画
- ⑥ 来賓挨拶（市役所出張所長K氏、日赤センター長小沢辰男氏）

場所は「商工会議所大ホール」、組合員出席者76名、所要時間は2時間30分。収支明細表をみると、菓子と酒5本を持ち込んでいる。

質疑応答について。露店市場では、定められた規則の範囲内でなら何をどのようにでも売る自由があるというわけでは必ずしもない。露店市場（及び商店街との）全体で客を呼ぶわけだから、全体の利害が最優先されるのはいうまでもない。問題は、部分と部分の利害の対立が時々、しかしたえることなく起こることである。たとえば、ある青果物店が極端に安い価格で販売するので他の青果物店から苦情がでるケースである。あるいはまた、卵屋という種目で登録しておきながら、花の時期になると自分で生産した花をもってくるというので、他の4～5軒の花屋から苦情がでるケース。また、隣の露店が「寸延び」（規定以上に広く場所をとること）して困るという苦情。また、ある商品について売れる場所と売れにくい場所があるので、場所のローテーションを平等にしてほしいという苦情、等々。

当事者間で解決できない、部分と部分の対立の持ち込み先は、「市場組合」しかない。市役所にはこの種の問題解決の能力はない。「市場組合」の主要な業務は、この部分と部分の対立をおさめることであるといっても過言ではないと思う。通常はこの業務は役員会で仕切られている。しかし総会でも、組合員から直接苦情が述べられたり、またそれに対して役員層から方向づけや方針が伝達されたりする。そのための時間が、総会の中の「質疑応答」であるようだ。

この年の質疑応答中では、会長F氏よりこの種の問題が次のよう出席者達にはかられている。「景品に菓子を出されると、菓子店が売れなくなるので困るという苦情があるが……」。景品というのは、「大売出し」の6等にカバヤのキャラメルを出したことを指している。この時には、役員会で決めたことであり、困るのは一部の人達であるから続行してかまわないという、ある出席者の意見が通っている。

来賓について。昭和35年度までは新年会が1月にあり、3月に総会というスケジュールであった。その後は、新年会と総会が合併して1月（まれに2月）に開かれるようになった。

た。新年会や総会には、必ず市役所及び市役所出張所の役職者・担当者が来賓格で招待されている。初期の5年間は、他の来賓といえば町内会長や組合の相談役・顧問になっている近辺の有力者などの近間の人々に限られていた。その後、市会議員・県会議員・衆議院議員・市長など高い政治力をもつ人々が来賓として招待されるように変化している。昭和35年の総会には、衆議院候補者小沢氏が初めて顔を出している。記録者は、「小山副組合長とは小学校からの親友との事で、組合としても百万人の味方を得た思いでした」と書いている。

昭和37年・39年の総会の際にも、祝儀や来賓リストの中に小沢氏の名前が見出される(38年は秘書の出席)。その後もこの組合と小沢氏の関係は継続している。実際にどのような政治力を組合が利用できたのかは不明である。象徴的意味だけの関係であった可能性も高い。

昭和50年代になると、来賓は常に政治家を含んで8～11名と、昭和30年代に比較すると、露店市場の衰退傾向とは逆にかえって派手になっている。

2. 会計部門

(1) 各種会計報告

組合の主な会計勘定は、「組合費」「清掃費」「積立金」の3種であり、「清掃費」は昭和39年前後に「組合費」から分化しはじめた。

「組合費」の決算報告は、ほぼ毎年詳細かつ実態をよく反映したものが記録簿に記載されている。「清掃費」は名目とは異って、実際の支出項目には、清掃費以外のものも含まれている。「清掃費」の決算書の記載回数は「組合費」決算報告書ほど多くはない。対外的に正式な会計報告書の数年間分は、「新潟市管理市場連合会」に保管されているはずという。筆者の手元には平成元年度～3年度分の3通がある。

会計監査は毎年1回行われている。

その他、各行事が1回あるごとに、その後に必ずといってよいほど収支明細書が几帳面に作成され記録されている時期がある。新年会収支・総会収支・行楽収支・大売出し収支・連合会大会参加収支などである。これらの「収支」の収入欄には参加者負担金²⁸⁾の項目のほかに、必ず「組合補助」の項目が付加されている。総会後の「懇親会」や希望者だけが参加する「行楽」旅行にさえ組合からの補助金が支出される仕組みになっている。この仕組みは日本の各種団体に共通するものかとも思われるが、なぜこのような仕組みが必要とされているのか注目すべき問題であると思う。

各種行事への補助金を出すためには、市場の管理運営のための狭い意味での経費以上の余剰分を集金してこななければならない。そのためには余分の手間ひまをかけなければならない、さらにその手間に対する手当てを考慮しなければならなくなる可能性もある。「市場

組合」は市役所官僚制と接合しながらも、ある程度の自律性をもった組織活動を行っている。そのことの会計面への反映が、補助金を各種行事へ支出することであり、またそのために資源を独自にプールすることであると解釈できるかもしれない。市役所から委託された市場の管理運営のための経費だけにしぼった資源しかもたないのであれば、名実ともに市役所の下部組織となってしまう、という論理が潜んでいるのかもしれない。組織の自律性の主張が会計面に表現されていると解釈しておきたい。

各種会計部門の区別を捨象して、収入源を列挙しておく、組合員からの徴収金・市役所からの交付金・割店からの徴収金・大売出しの黒字分、さらに「盆市」（毎年7月12日昼夜・13日昼）と「御歳市」（毎年12月28～31日）の収益がある。この「盆市」と「御歳市」の収支明細書が記載されている年も多い。

(2) 役員手当

F氏がリーダーであった時期には、役員に対する手当では制度化されていない。大売出しの売上げ総額のピークをすぎた時期に、またリーダーの交代期に重なるようにして、役員に対する手当が考慮されはじめている。この件の議題化は41. 2. 2の総会が初めてであり、場所割りの担当者に手当を出すこと、同時に組合費の値上げ（月100円 → 200円）が決定されている。42. 5. 6の臨時役員会では手当の規定案が議論されている。44. 4. 21の臨時役員会では、各役職の手当が明記されている（たとえば会長・年15,000円、以下略）。昭和45年度決算書には支出の項に「会議費手当96,000円」が計上されている。手当の支出に反対する人もおり、昭和43年2月には理事長がその人と話しあいを行っている。

記録者は彼がまだ理事長になっていなかった39. 1. 26の月例会の記録に次のように書いている。「(店割りのことで) 担当者と他の人との間にトラブルが生じた。酒も助けて……。棒給もなく無償のサービス業であるので、解決に組合の力がない事が残念でなかった。」

役員への手当制は、彼が理事長になる以前からあたためていたプランの一つであったようだ。現実化にあたっては慎重に時間がかけられている。筆者としては、経済的なピークにワン・テンポ遅れて、組織のフォーマルな側面が整備されはじめて²⁹⁾ という特徴をくり返し指摘しておきたい。

3. 娯 楽

上述1.と2.は仕事中心の活動であるが、仕事から離れた活動も年間のカレンダーに組みこまれている。役員はほとんど男性で占められており、女性の役員は1～2名程度であるので、1.と2.では主に男性たちが活動している。娯楽活動の参加者は女性が多く、同行する男性役員は脇の雑用係を務めていたようだ。

(1) 行 楽

昭和30年以来、地震のあった39年を除いて毎年希望者がまとまって旅行にでかけている。春と秋に年2回でかけている年もあるが、昭和46年以降は毎年秋1回の宿泊旅行となっている。宿泊旅行は昭和38年9月の水上温泉が第1回目である。

参加人員は、組合員以外に組合員家族・来賓・部外者をほとんど常に含んでいるが、昭和34年春の115名をピークに年々減少する傾向にある。この傾向とは逆に、行先・費用をみると年々豪華になる傾向が読みとれるようだ。たとえば昭和54年の秋には2泊3日（1泊は夜行）で天の橋立・日本平めぐりに出かけているが、出発時の参加者はわずかに30名となっている。

参加者は女性が常に多く、男性は少なく、またカップルの参加も少ない。宴会は初期の頃は「折詰」と酒を持込むという質素なスタイルだが、社会全体が豊かになるに伴って、旅館で提供される料理と酒を楽しむ様式に変化している。変わらないのは、参加者による踊り・歌・寸劇などで常に賑やかなことである。筆者などの世代からみると、何かしらの芸を身につけた遊び上手の人々という印象を受ける。

参加者各人による費用負担（組合員と組合員外とでは個人負担金額にわずかながらの差がつけられている）の他に、すでに述べたように組合会計から補助金が支出されている。一例をあげると、昭和49年9月に筑波山に42名で1泊旅行に出ているが、組合員の支払いは1人15,500円で、組合からの補助は総額5万円（1人当りにすれば微額）である。

(2) 連合会大会への参加

新潟市内の七つの露店市場組合が、「新潟市管理市場連合会」をつくっている。各市場組合間の情報交換、運営方法の共通化などがここで図られているようだ。「連合協議会」（おそらく「連合会」の前身と思われる）は昭和37年には既に発足していた。「協議会」あるいは「連合会」の発足は、露店市場の将来への危機感に促された面があったらうと思うが、「連合会大会」は連帯と娯楽の機能がとくに突出してきたいわば芸能大会の性格の色濃い集会となっている。

「連合会大会」は毎年1回6月頃にきまった場所で開催されている³⁰⁾。昭和60年6月に第18回を数えた。

「市場組合」からも、毎回、行楽参加者数と同じくらいの人数がこの大会に参加し、踊り・寸劇・歌などを披露している。コンクール形式の大会に備えて演し物を練習するために、「芸能部」（あるいは「婦人部」）が組合内に発足している（昭和48年）。参加者には費用の補助が出ている。（出演者とそうでない人の中には補助に差がつけられている。）

組合理事長の帆刈氏は、昭和47～48年頃からこの連合会の会長も務めている。「大会」の他に、連合会のいくつかの会合にも、そのつど組合から出席者が出されている。

組合の諸活動のうち恒例化あるいは定型化しているものは、だいたい以上のごとくである。

§ 6 ストリート・レベルの自治

「新潟市露店管理条例」及び同「施行規則」のタテマエによれば、露店市場は市役所の担当課（現在では商業観光課）－市役所出張所（－出店料収納委託員）というラインによって管理されることになっている。M・リップスキーの用語を借りるなら、市役所出張所（商業観光課も含めてよいか）の職員たちの組織を「ストリート・レベルの官僚制」と呼ぶことができるだろう³¹⁾。

しかし、露店市場で発生する日々の具体的な問題（店割り・開設時間・ゴミその他）は、基本的に官僚制によっては対応不可能な問題である。行政コストの面からいっても、出店者・関係者たちの自治による管理運営がもっとも適合的な形態であろう。

記録簿を読むと、露店市場に関連して不規則に (irregularly) 発生する幅広い細々とした問題に直接対応したのは「ストリート・レベルの官僚制」ではなく、「市場組合」の担当役員もしくは役員会であることがよくわかる。市役所管理というものの（この露店市場及びその他いくつかの露店市場においては）、官僚制とは非連続な、また組織化の性格も異なる自治組織が実際には機能する形になっている。筆者はこの点を、新潟市の露店市場がゆるやかに衰退しつつも存続してきたことの原因の一つと考えている。

§ 5では「市場組合」のスケジュール化された定型的活動を主に紹介した。この§ 6では、予測不可能ではないが不規則に発生する問題に対処する、相対的に非定型的な活動を中心に、組織論的な観点をまじえつつ紹介したい。

1. 自治の三つのレベル

露店市場に関連して発生する問題がどのような組織との関わりにおいて解決されようとするか、という点に焦点をあわせる限り、市役所・市場組合・個々の当事者たち（当事者のグループも含む）という三つのレベルを、枠組として設定しておくのがわかりやすい。各々のレベルを他から切離して注目すれば、多かれ少なかれその内部では何がしかの自治活動が行われているだろう。他方で、問題状況によってはこれら三つのレベルの間にハイラーキカルな関係が成立することもありうる。一方が指令し他方が指令されるというこのハイラーキカルな関係が顕在化する場合には、その関係における各レベルの立場は固定的であって、状況に応じて互換的であるというわけではない。（第二レベルの内部では、ハイラーキーは固定的でなく互換的、あるいは合議制的。）しかし注意しておきたいのは、このハイラーキカルな関係は常時活性化しているのではなく、状況に応じて顕在化するという特徴があることだ。これが可能なのは、各々のレベルの組織化が相互に異質的であり、相対的な自律性が保持できるように構成されているからである。あるいは、状況に先行してではなく状況対応的にハイラーキカルな関係が成立するという仕組みと、三つのレベルが相互に異質な性格の組織類型を採用するということが、並行している

というべきかもしれない。

記録簿は、「市場組合」がこの三つのレベルの重層的な関係の中で活動していることを前提として書かれている。市役所レベルの権限を不要視する視点はほとんど表現されていないといってよい。実際、市役所もしくは出張所側からの指示・助言の記録は数が少なく、昭和30年代後半から40年代前半以降はほとんど見られなくなる。市役所と市場組合との関係で重要なのは、組合役員たちの手では問題を落着させることができない場合に、むしろ役員たちの側から自発的に、より上位の権限やより豊富な資源の出動を訴求するケースである。実際問題としては「市場組合」の自治がその内部で完結することは困難であったようだ。

昭和30年代半ばにF会長は次のように述べている。「市〔役所〕の方針として……市〔役所〕が管理することをやめたほうがよい……地元移管してもらえばよい」（35. 5. 26 町内会・商店会・市場会の合同懇談会にて）。

ここで「地元移管」というのは、昭和24～25年より前の時代の仕組みを指しているのだろう。しかし、このような市役所管理不要論は記録簿のその他の箇所には見当たらない。これは、市場組合の裁量が潜在的には権威のハイラーキーの中に位置することを、一つの与件として役員達が受入れ、さらに、市場の諸問題を取仕切る上でより上位の権限を「勧請」することが不可欠な場合もありうることを彼らが理解していたからである、といえはいいすぎだろうか。

この露店市場は街なかの商店街に沿って位置していた。従って、その地域レベルで対応されるべき問題との関わりも生じている。このレベルを、「商店会・町内会・市場会の三者関係」と呼んでおこう。このレベルは基本的には市役所レベルの下位にあり、市場会とは横の関係あるいは市場組合をその内に包含するレベルであると考えられる。

「市場組合」と出店者の関係をみれば、組合（役員会）と個々の出店者の関係が通常は主要であるが、まれに、あるグループ（たとえば青果商のグループ）の利害を代弁するためにそのグループの代表たちが組合事務所に現れることがある。「市場組合」の下位に、出店者グループあるいは出店者間関係のレベルを設定しておいてもよいだろう。

権限のハイラーキーに着目した分析枠組を表2にまとめておく。

表2 自治の三つのレベル

レベルⅠ	① 市役所 — 市役所出張所	
レベルⅡ	② 市場組合	③ 商店会・町内会・市場会の三者関係
レベルⅢ	④ 出店者間関係	⑤ 出店者 — 常設店舗関係

これら三つのレベルの組織化の様相が各々異なることにも注目しておこう。Ch. I. バーナード、塩原勉らの概念を借りると、Iのレベルは「スケーラー組織」（官僚制組織と同義）類型に対応し、IIのレベルは「ラテラル組織」類型に近いようだ³²⁾。

本稿でストリート・レベルの自治というとき、レベルIIを中心としているのは当然だが、そのレベルで完結してとじた自治が行われていたわけではない。広い意味では、IIとI、IIとIII、また②と③（ほかに「連合会」もある）の関係も含ませておきたい。以上の分析枠組に基づいて、以下では記録簿の中から具体的な出来事をいくつか紹介しておこう。

2. 市役所と十二市場組合

新潟市の公的な政策の変遷については別の機会にまとめておいた。ここでは、市役所（出張所を含めておく）と「市場組合」との具体的な相互作用をみておこう。

(1) 出張所から「市場組合」へ ― 指導的メッセージ・指令・介入 ―

総会（もしくは総会後の懇親会）には必ず市役所や出張所の職員が来賓として招待されている。市役所職員が来賓として現れるということは、「市場組合」が市役所官僚制の同質の連続体の中に位置するのではなく、異質の組織体であることを明示していよう。総会における出張所長の挨拶がいくつか記録されている。

「……昭和34年より主要道路にある市場の開設を……許可しないという通牒が市町村に出された。……幸い当本町十二市場組合の方は本年中とか明年中とか、そしておっばらうとかいう事はしませんし御安心下さい。問題は露店は……変則的商売でありますから、皆様頑張って一日も早く公衆市場へ入るなり店をもつなり露店より足をあらってほしい。全面的に道路は道路としての役目を果たすべきである。その点から之をなくせねばならないのです。」(34. 3. 15 T出張所長の挨拶)。

新潟市はかつて他の露店市場に対して実力行使を強行したことがあるが（昭和28年白山市場問題）、この露店市場に対しては記録簿でみる限り常にソフトである。

昭和34年10月に出張所長の交代があったが、新任のK氏も、「……将来皆様が露店営業を去って立派に立ちゆく様に、今から貯金実行し……」(35. 3. 15の総会)と挨拶して、前任者と同様に露店業者を階層的に低くみる観点に立脚した方向づけを述べている。マイルドではあるがゆるやかな消滅を期待するメッセージである。

昭和40年代に入るとこのような方向づけが前面に出ることはなくなっている。市役所の方針の微調整があったようだ。早い時期のものでは既に昭和37年に、「市長の方針も確定し……今後は……伝統ある新潟市の名物として成長して行ってほしいとの事でした。」(37. 6. 20臨時役員会)という記録がある。

露店市場内部の運営に積極的に介入する指令・許認可権の行使もいくつかなされている。

たとえば、市警・出張所の視察の後かと思われる懇談の席で、「露店が（夜の）7時8時まで営業して困る」という苦情があるから閉店時刻を規定通り厳守してほしい、と出張所長が役員に伝達している（31. 9. 18）。

常店出店許可の鑑札不交付という、組合を媒介せずに直接出店者に権限を行使した事例もある。昭和33年4月に市役所は、それまで常店であった2店に対して許可の更新を停止している。（この処分に対して組合は許可を出すように出張所に申し入れている。このときの出張所長の感想。「鑑札とりあげて喜んでもらえると思っていたが、意外な発言があってびっくりした……。」）出張所が組合に相談なく独自の判断で許可権を行使したのはこの時1回きりのようである。

昭和40年4月には、出張所からの鑑札交付はなされているが、（おそらく）組合の判断で4～5名に対して交付を延期するという制裁処置がとられている。出張所が組合をとびこして直接個々の出店者に対して権限を行使した前述のケースでは、組合からクレームがついた。他方、組合自ら下したこの40年の処置のケースでは、関係者からクレームがついた気配はない。組合が個々の出店者に対してその程度の裁量権を独自に行行使することは正当なことと受けとられていた、と判断してよいだろう。

（2）「市場組合」から市役所へ ― 申立て・陳情・「立会い」の導入 ―

発生した問題が「組合」の手にあまる場合、組合の方から自主的に出張所・市役所へ出向いて陳情したり、立会人の役割を遂行してもらうために行政当局の役職者を招いたりしている。市役所と市場組合を接合するこのような具体的ルートは、記録簿中では「懇願」「申立て」「陳情」「立会」などと呼ばれている。慣例的に半ば制度化されていると思われるこのようなルートを経由して、組合は当面する問題の解決に必要な範囲で上位権限に働きかけたり、あるいは上位権威を官僚制組織から一時的に自分達の側へと引き出してくるわけである。

① 「出張所へ懇願」（31. 10. 10）

「閉店時間四時とあるを、五時とし〔片付けのためになお〕三十分の猶予をいただきたく……」という趣旨で組合代表9名、十三番町代表2名が出張所に出向いている。これは規定を曲げてほしいという依頼である。T所長は現状を黙認する態度を示している。

② 塵芥箱をめぐる町内会・商店会と市場会との対立

塵芥箱をどこに置くかという問題は、町内会・商店会・市場会の三者関係の中で、もっとも手こずっている問題である。町内会・商店会側の主張は、塵芥箱は同一の場所に長く固定すると地先の住人が迷惑するので、なるべく短期間に移動して負担を分散したいというものである。これに対して、出店場所配分の秩序を優先したいので、ローテートする塵芥箱の場所はなるべく少なくしてほしい³³⁾、というのが市場会側の主張であった。

町内会が再発足した昭和32年に開かれた町内会と市場会の懇談会では、7件ほどの問題

が協議されているが、塵芥処理の件もその一つになっていた。昭和35年8月にまず第1回目の対立が表面化した。10月になると町内側が塵芥箱を無断で修理し、市場のゴミを排除するという態度を示すところまでエスカレートした。組合役員会は決議文を作成し、自治会長を呼んで面前で朗読して反撃している。

(決議文草案)「(i)あの塵芥箱は町内の所有では無く市場会との共有物品である。(ii)……あたかも個人所有物の如く当組合に一言の話し合いも無く短小し、市場関係で使用するなどは言語道断である。(以下略)」(35. 10. 11)。この後に、「町内会長は青くなって……」という記述が続く。

問題が起こってから後、市役所役職者が来訪する、町内と市場とが話しあう、市場会の約25名の人々が町内の個人宅を訪問して激論する、などの出来事が記録されている。最終的には、市役所清掃課長を含む「四者会議」で6箇条の条件を定めて一応の着落をみている(塵芥処理は共同的に一本立て、塵芥箱は組立て式とする、置場所は短期間で移動する、等々。35. 11. 2)。

対立の顕在化から1カ月弱の短期間で、市場会と町内会の関係は決裂を回避し修復している。

この過程で市役所の果たした役割——仲裁、立会い——がもしなければ、このようにすばやい修復は不可能だったかもしれない。

「……これだけ取纏ったのは将来の為又町内市場会発展の為非常に喜びに堪えません。……塵芥箱の件も終止符を打ったようです……会長以下喜び合いました」(35. 11. 2)。

しかしこの件はすぐに再燃し(昭和36年7月)、関連する記事は38年2月頃まで続いている。この時にも、市役所商工観光課及び清掃課とのゆききがみられる。劇的な一件着落の記事はとうとう見当たらない。清掃課派遣のゴミ収集車をもっと活用すること、組合費から清掃費を独立させて徴収すること、市場組合雇用の清掃人の手当てを月給制にする、などの対応策が記されている。

塵芥をめぐる町内会との第2回目の不和は59年7月に顕在化している。理事長は町内会長Y氏に「辞表」³⁴⁾を出すに及んでいる(59. 7. 13)。この時にもストリート・レヴェルの関係者の手では収めきれないので、市役所から役職者が何度かやってくる、また組合の代表者達が市役所に陳情にゆく、という同じパターンが繰返されている。最終的には、ある料理屋の2階で商業観光課・西清掃センター・市場会・町内会から人が出て案がきめられ、数日後に市役所・市場会・商店会の人々が「約定」を正式に交換して決着に至っている。

(1)(2)でみられる特徴を簡単にまとめておく。

①行政官僚制は、ストリート・レヴェルの細かな運営に直接タッチはしていない。露店市場の日々の運営は「市場組合」の仕事となっている。この区別が生ずる根拠は、対処す

べき問題の質の違い、及びそれに対応する組織類型の違いに求められよう。

②必要性のある場合に限って、ハイラーキーのレベルまた組織類型を異にする市役所と市場組合が具体的に協力しあっている。その場合、官僚制はより実効性の高い権限及びより上位のシンボリックな権威、また、利用可能な資源（ゴミ収集車の配車に関する便宜の供与）の提供者として関与している。

これら①②の特徴は、この露店市場が戦後四半世紀にわたって斜陽しつつも存続しえたことの条件の一部となっているのだろう。市役所が露店市場の移動や撤去を目的としてこの条件を踏みはずすときに、たとえば「古町夜市継続問題」（昭和10年）「白山朝市・白山市場問題」（昭和28年）などの衝突³⁵⁾が生じたと考えられる。

①②の特徴はどのように形成されてきたのだろうか。戦前期から引き継がれてきた伝統がベースの一部になっているのではないかと推測されるが、しかしこの点は未確認である。

3. 十二市場組合のその他の特徴

この項では、組合の運営・活動のうちここまでで十分にふれることのできなかつたものを簡単にまとめておく。市場組合の組織と活動が、官僚制組織の流儀とは異なるものであることを例証する諸事例として解釈することもできよう。

(1) 会計処理

条例レベルに立戻ると、出店者からの出店料の徴収は市役所からの委託に基づく。しかし、組合が徴収した料金のすべてが市役所へ納金されているわけではない。収入の一部は、組合活動の経費に充当されるために組合内部にプールされる。たとえば、39年度の清掃費決算報告をみると、狭い意味での清掃経費以外の用途にも支出されている。

「盆市」「御歳市」の臨時出店料についても、市役所へ納入されるのは収入の一部で、残りは組合内部の他の会計の収入として繰り入れられている。「盆市」「御歳市」の後には必ずといってよいほど2通の「収支明細表」が併記されている。急いで強調しておきたいことがある。組合内部の流儀で会計処理がなされているといっても、会計の私物化が行われているのではない。一般に、どのような集団・組織であれ運営のために諸経費がかかるのは当然のことである。読者はこの点を混同しないようお願いしたい。既に述べたことをくり返しておく、組合内部のすべての会計は毎年監査がなされ、ある時期以降は会計報告が「連合会」にあげられるようになっている。一部の読者が抱いているかもしれない偏見——露店市場とヤシと「シヨバ代」の組みあわせ——と、本稿の記述を安易に結びつけないようお願いしたい。

筆者がここで指摘したいのは、対応すべき課題の質の違い・組織類型の異質性に基づいて、「市場組合」は官僚制組織から相対的な自律性をもって活動しているが、そのような事実と並行して、会計面においても組合自治による流儀が行われているということである。

(2) ヤシに対する態度

比較的早い時期からこの市場組合は、ヤシを（常店としては）なるべく入れないようにしようという方針をもっていたようである。「薬種関係のヤシはたかまちへいってもらおう」という申合せが昭和31年に既になされている。

市役所とGHQから出された昭和24年の方針の中に「ボス的存在の排除」という言葉はあったが、露店を生業とするヤシ・グループへの具体的対応は、少なくとも1990年頃まで市役所の手でとくになされたことはなかったようである。暴対法制定以降に変化があったかもしれないが、市役所が「条例」や「施行規則」の違反以外の理由で特定のグループを露店市場から実際に締出すことは不可能であったろう。従ってヤシに対するこの組合の方針は、組合独自の判断でなされたというべきである³⁶⁾。

帆刈さんによれば、一般に本町上市場にはヤシが多く出店していた。春夏のシーズンには上市場からあふれた一部の人達が下市場にやってきたという。下市場には元々ヤシの出店が少なかったとも考えられるが、「十二市場組合」の独自の態度は上市場のそれとはかなり対照的であったといつてよい。

(3) 役員間の対立と辞表提出行動

役員会における役員間の対立・トラブルが何度か記録されている（約8回）。

たとえば、「鑑札未交付の問題から）TとNは役員を辞職したいと申出……これでは全員辞職するか解散する以外にない……一同乱闘寸前の空気になりました」（40. 5. 3 臨時役員会）。

役員会は合議制で運営されている。権限のハイラーキーの要素がほとんどなく、また、内部でもめた場合により上位の権威への訴求という手段が採られることもないために、ぬきさしならない対立が辞表提出行動（5ケースほど）へと結びつく素地がある。辞表提出後の経緯はとくに記録されていないことが多いが、辞表を出したはずの人がいつの間にか役員の肩書付きで記録されていることもたびたびある。辞表を提出しても時間がたてばまた復帰するのが慣例とも思われる。

昭和50年には、辞表提出から復帰までの経過が追える記録がある。理事長と一理事の間にトラブルが起こり、その理事とほか1名の理事が辞任した（50. 8. 5）。22日後に辞任書が2理事の元へ返却され、その4日後・5日後に2理事が相次いで復帰している。そして互いに反省しあったことも記されている。「辞表提出」という官僚制と共通の表現が使われているが、実際の経緯をみると、官僚制組織の「辞表提出」と日常生活における「ケンカと仲直り」のちょうど中間のパターンになっていることがわかる。

(4) ラテラル組織からの脱皮の模索か

「市場組合」の初期の組織目標は、範囲の具体的に限定された露店市場の秩序を、出店者たちの既得利害を損わないように配慮しつつ（可能ならば発展的に）維持することであっ

たと思われる。その意味できわめて限定的な組織目標である。この点は一貫して変化がないようである。しかし、行楽や「連合会大会」への参加など娯楽と連帯の機能領域の充実がしだいに目立ってくることも確かである。(既にふれた役員手当の整備も含めて考えると)「市場組合」の存続が長期化するにつれて、ラテラル組織の理念型的な性格(注32に示した)からの脱皮の方向が模索されていると解釈することもできるだろう。

§ 7 時代の波と十二市場組合

1. 将来への危機感

露店市場の賑わいが横ばいか低落傾向にあるという現状認識は組合内部で早くから抱かれていた。たとえば、「組合員の減ってきている現況や休みの多い人、ルーズな人に対する対策はどうしますか」(35. 3. 6の臨時役員会における質問)。「出店率が悪く、減少の一途であるので……」(39. 10. 1の会議)。

市役所の露店市場に対する基本方針は§ 6-2. -(1)にふれたように冷淡なものであった(昭和37年頃まで)。このことも組合員達の将来への不安を増幅させる一因になっていたろう。たとえば、塵芥箱の件で市役所清掃課に陳情にいった役員たちは、「ここ2~3年位で市場廃止の問題まである」ときかされて帰ってきている(36. 7. 19)。また36. 11. 2の臨時総会の会長挨拶の中でF氏は、「市長さんでもそう簡単に廃止されるものではない」と力説して組合員の動揺を鎮めようとしている。

2. 「街角のスーパー」との競合

筆者の経験によると、一般に新潟市の露店市場は「スーパー」との競合の中で衰退してきた、という見方が露店出店者当事者の間での定説となっている。筆者はこの説でいわれる「スーパー」とは漠然と大型店、中型店のことであると考えていた。しかし、帆刈氏のご教示によると、この露店市場の主要な集客範囲はせいぜい500~1,000mであるので、たとえば信濃川対岸地区への「ダイエー」の新規出店³⁷⁾はたいした影響をもたなかった。直接大きな影響を及ぼしたのは、露店市場と同じ区域に開店した2店のスーパーであったという(昭和39年頃開店の「星野スーパー」と昭和33~34年頃開店の「スーパー堀川」³⁸⁾)。

大型量販店の影響は間接的にせよ小さかったはずはないと思うが、中型店以下のいわば「街角のスーパー」が主要な競合相手であったという帆刈氏の説明は体験に裏打ちされているだけに無視できない。帆刈氏によれば、「スーパー堀川」〔42. 12出店の十二番町店のこと〕は店の前にアーケードを併設したので人の流れがすっかりそちらに片寄ってしまった。天気が悪ければ人はスーパーの中に入る、とくに1~3月の季節にそうだったという。スーパーも露店も、商品もしくは出店の連なりの間を客が自由に歩けるといふ点で共通す

る部分が大きく³⁹⁾、施設面で優位する分だけ「街角のスーパー」が有利な立場に立つのであろう⁴⁰⁾。

(一部の)当事者の間では、「スーパー」と露店市場の競合の可能性が素早く認識されていたようだ。

「今後大資本が周辺にやってきた場合困る。大資本スーパーマーケット式のもの困る。自由経済時代だから仕方がないが……」(35. 5. 26 町内・商店会・市場会の合同懇談会における、ある組合役員の発言)⁴¹⁾。

スーパーの出店自体に対しては何のリアクションも記録されていないが、スーパーが自店前に露店を出すことには反対を申し入れたと思われる記録がある。「スーパーの露店出店販売について。露店を利用して青果物の販売を時々実施することがあるので之が取締りについて處置方法を講ずる事とした」(40. 9. 2 臨時役員会)。

記録簿をみる限りでは、スーパーに対抗するための有効な新機軸が案出されたり試みられたりした形跡はまったくないようだ⁴²⁾。

3. ストリート・レヴェルの自治の限界

この露店市場を衰退の方向へと押しやる波は、ストリート・レヴェルの自治の力の及ぶ範囲を越えたところからやってきた。「市場組合」はこの波に積極的に対処するというよりも、波をかぶりながらも、自分達の守備範囲である露店市場内部の波乱を防ぐこと、一言でいえば市場内部に適用されてきた規定や慣行を忠実に履行することに全精力を傾けつけた、と要約することができよう。このことは、ラテラル組織的な性格(組織それ自体の長期的存続を目標としないという性格)を本領とする「市場組合」の特性を考えれば、当然の帰結であったという評価も成り立つだろう。F会長の時代が過ぎた昭和40年代以降、部分的に組織の整備が試みられてはいるが、その方向は組織のベースであるところの露店市場の何らかの大胆な変身へと連動する類いのものではなかったようだ。つまり、ストリート・レヴェルの自治は、この事例に関する限り、新しい展開を切り拓くような推進力を生み出すことはなかった(酷ないい方かもしれないが)ということになる⁴³⁾。

たとえば、昭和48年6月に店割りの担当者が交代したあと、店割りに伴う細々とした問題が実にこまめに役員会で議論され記録されるようになった一時期がある。時間を隔てて記録を読む者の率直な感想を申し述べれば、そこに投入された熱心な几帳面さには驚きさえ感じる。しかし、そのような一見愚直なまでの真面目さがあったからこそ、約30年にわたる「協同組合」の幕を無事におろすことができたのだという言い方もできるだろう。

〔謝 辞〕

「記録簿」の閲覧と拝借を許して下さった帆刈勝治さんの御好意に深く感謝する。本稿の準備段階では電話での度重なる問い合わせに貴重な時間を割いてお答えいただいた。このように綿密な記録が残されたことは、われわれにとって計り知れない恩恵である。記録簿を読んでいる時には、直接の面識はなくても多くの関係者の方々と何だか知り合いになったような気分だった。「十二市場」の運営に尽力されたすべての関係者の方々にも敬意を表したい。

軽い気持ちで「記録簿」を借用させていただいたものの読み通すことに難渋していた時に、手書き資料の紹介の方法について鈴木孝庸さんから御教示を得た。「くずし字辞典」を使うというヒントは高田茂樹さんからいただいた。その他、種々の御教示や励しを身近かな同僚諸氏や友人達から与えられた。記して謝意を表したい。

注

- 1) 拙稿「露店市場の変動に関するノート ― 新潟市露店市場管理条例（昭和25年）を中心に ―」（『金沢大学文学部論集行動科学編』第12号1992年所収）。以下では、新潟市の露店市場に関連する出来事に言及するとき、出典を省略することがあるが、くわしくはこの拙稿を参照してほしい。
- 2) この露店市場がたつ本町十二番町には、朝市禁止令（昭和39年）の以前からも早朝の朝市はなかったということである。近くの横七番町には10軒ぐらい出店していて、そのあまりものをもって本町十二番町に来る人が時々あった程度だったという（十二市場組合理事長帆刈氏の説明による）。
- 3) 現在のアーケードは昭和53年に新築完成した。
- 4) 定期市ではなく毎日市である。定休日は2のつく日（昭和36年以来）。
- 5) 明治19年の文書には「当朝市場タル数百年ノ往昔ヨリ仕来リアリシモ……」と書かれている（新版『新潟市史』資料編5（近代1）1990（平成2）年12月新潟市、343～346頁。拙稿、前掲論文、52～54頁参照）。

しかし、昭和30年代の組合員にはそれほど古いという伝統意識はなかったようである。たとえば、ある時期のサービス週間の宣伝放送文原稿には「当本町十二番町の市場は過去数十年の歴史を以て……」と書かれている（記録簿より。昭和31. 3. 25 春のサービス週間）。

- 6) 旧新潟市とは、大正3年に信濃川東岸の沼垂地区を合併する以前の新潟市のこと。
- 7) 1725年の地図また1916年の地図をみると、今日の「五菜堀通り」が「五番堀（あるいは五菜堀）」であり、本町通りから東に少しいったところにも堀が南北に走っている。大正期には「五番堀」につきあたって終わっている「東堀」は、享保年間には「五番堀」と直交してさらに北へのびていた。水上交通の面からみると、北市場も南市場もともに旧新潟の水運網の中にあり、信濃川上流の郊外から生産物を舟で運んで来れる便利な場所に位置していたわけである。（ただし、本町通りそのものは水路を横切ることであっても、水路に直接面して並行していたわけではない。東西の関係でおおまかにいうと、信濃川河口・本町通り・東堀が並行して南北にはしっていた。同様に東堀と西堀の間に古町通りが南北にはしっていた。）「享保十年新潟町並繪圖」（旧版『新潟市史』上巻1934（昭和9）年新潟市役所、復刻版国書刊行会1988年、10頁と11頁の間に所収）及び、「大正5年東宮殿下市内行啓御巡路」（旧版『新潟市史』下巻1934（昭和9）年新潟市役所、復刻版国書刊行会1988年、1026頁と1027頁の間に所収）参照。

- 8) 当時ほかに、現在の本間町通りの堀（上大川前通りの東へ次の通り）も残っていたが、ともに冬季の雪の捨場に使われているだけだったという。
- 9) 次の年の昭和31年3月15日の定期総会でも出席者と委任状をあわせると計111名である。しかし同じ箇所に総人数125名という記載もある。ふたつの数字の関係は不明。図3では31年の組合員数として125の数字を採用した。しかし、前年と同じ111名であった可能性も否定できない。
- 10) 江戸時代（時期は不明）、この一帯に瀬戸物商が軒を連ねていたという。『図説新潟市史』1989年新潟市、37頁参照。
- 11) F氏引退の後、二人代表制が半年続いたが代表理事を一人にしほる過程でなされた辞任表明。
42. 5. 27 の臨時役員会の記録から。「……過去のことは過去のことであるがこれから進歩的に前進して行こうと呼んだ帆刈代表理事とS代表理事の側と対立したが……私はこんな相手と話しては時間ばかり取ってしかたない。私は一切を辞任する旨宣言して座を立ち去りました。この記録は今後一切を組合役員に一任する、責任は1月まで〔総会で前年度の報告義務があるからの意味——引用者補。だいかっこ内は引用者によるもの、以下同〕とらないと発表して決意を新たにす。庶務会計は本日以後に譲り役員代表の肩書も皆様の手で処理して頂く事とする」。
- 12) 記録者・帆刈氏の略歴
- | | |
|------------|--|
| 大正7年 | 新潟県柏崎生まれ
柏崎商業卒（旧制4年） |
| 昭和10年 | 伊藤萬商店入社 |
| 同20年（27才） | 応召・上海勤務・再応召を経て、長崎に帰国 |
| 同26年（33才）頃 | 伊藤萬大阪本社・高岡の傍系などを経て、新潟市に来る。伊藤萬新潟出張所閉鎖に伴って、同社を退社。本町十二番町で衣料品の露店をはじめ |
| 同42年（49才） | 本町十二振興協同組合の代表理事になる |
| 同47年前後 | 新潟市管理市場連合会長となる |
| 同50年（57才） | 本町十二番町の本町通り西側に面してウチ店を開く |
- 13) 帆刈氏は現在週2度、習字を近所の婦人と小学生に教えている。習字は通信教育による独習。ほかに、速記の心得がある。
- 14) 昭和39年6月に新潟地震が起これ、この年の「中元大売出し」は行われなかった。39年の記録量の減少にはこの事情もいくらか影響している。
- 15) 昭和41年以降は図2からわかる通り、昭和30年代のピーク時と比べると平均的に記録の量はやや減少している。昭和45年に一時的に増加しているのは、この年に組合と一青果物商の間に長引く問題が発生したという特殊事情にもよる。
- 16) ある時点の在籍組合員名をまとめた記録は一箇所もない。加入・脱退はその都度記録されている場合とそうでない場合がある。組合員であるかないかは、常店であるかそうでないかと重なる属性であるから、その識別は当事者間で明確であったはずである。しかし、メンバーシップを記録することによっても識別するという文書主義の流儀とは無縁であったということだ。
- 17) 組合員外というのは「割店」のこと。論理的には、毎日出店する割店もありうるし、時々出店する割店もありうる。また、商店会が独自の大売出しを行っていなかった初期の頃には、常設店舗の参加もあったという。しかし、市場組合単独主催の大売出しに常設店舗が参加する場合には組合員外の申込金を払ったはずと考えておく。
- 18) 昭和32～38年末まで組合員の申込金は100円、組合員外は200円。39年末から各々100円値上げとなった。
- 19) 昭和30・31年の数値は登録組合員数である。この両年にも大売出しは行われているが、組合員と組合員外との区別が判明しない。昭和39年はすでに述べたように中元大売出しはなかった。昭和45年は年末大売出しがなかった。この年の中元大売出しが最後の売出しとなった。昭和37年歳末大売出しの時だけは、商店会（十・十二・十三番町の商店街）との連合で行われた。

- 20) 大売出しの参加者数は判明しているが、日々の出店率の情報が不十分なので、総売上額を出店数で除して1店当たりの売上額を出す計算には手をつけない。
- 21) 昭和40年末からは抽選方式はとりやめとなり、サービス券方式にかわった。サービス券の枚数がたまるときめられた景品と交換するやり方である。抽選補助券もサービス券も今の目的のためには区別する必要がないので、本文ではまとめて補助券としておく。
- 22) 昭和30年「中元」は売上総額が推定できないので、「年末大売出し」7日間だけの平均である。同35年「中元」の時期直前に、十二・十三番町の二本町商店会による大売出しが行われた。この年の売上額の減少は一部その影響もあろう。
- 同37年「年末」はすでに述べたように二本町商店会と連合で行われ、かつ13日間と長目であった。この時の売上総額からは、十番町・十三番町商店会分を除いた。しかし十二番町商店会分は組合員と区別がつかないのでそのままとした。参加組合員数は十二番町商店会を含めても計104名となっており、前年度「年末」の参加組合員数と同数となっているので、かりに商店会分を除去できていなくてもそれほど大きな誤差はないだろう。
- 昭和39年・45年については、注19を参照。同40年「年末」については注21を参照。
- 同42年「中元」の期間が不明であるが、10日間と推定した。
- 23) 総理府統計局編『消費者物価指数年報』昭和48年版（1974年）24頁。人口5万以上の都市の総合指数を用いた。及び、総務庁統計局編『消費者物価指数年報』平成4年版（1993年）。
- 24) 注22に述べたとおり昭和37年の年末謝恩大売出しのデータから、十二番町商店街分を推測して差し引く補正はしていない。したがって、同37年「年末」の売上額が（多めに見て）5%程度高めにしている可能性は否定できない。その場合には、37年1年間の平均額を3%程度下方修正する必要がある。すると、37年のピークはそれほど目立たなくなって37・38・39年の平均額はほぼ横ばいとなる。
- 25) その手段は次の通りである。
- (1) 市場のとりきめ（慣行的きまりも含む）に従ってさまざまな警告を出す。
 - (2) A青果物店側と役員が話し合う。市役所出張所市場担当者立会いの場合と立会いなしの場合がある。A青果物店側は責任者の場合とその家族の場合がある。
 - (3) 臨時出店反対の決議文を役員会で作成し、市役所担当課あてに提出する。
- その間、役員会が頻繁に開かれ、青果物出店者グループの代表が組合事務所に来て役員と話し合う、また市役所から担当係長が事務所にやってきて話し合うなどしている。
- 26) 市役所もしくは出張所がすべての露店市場に対して同じ態度をとったということではないようだ。帆刈さんの説明によれば、この市場は出張所から「穏当な」市場と見られていたので出張所の職員が毎日来るということもなかった。他方、上市場には出張所職員が毎日足を運んでいたということである。本稿で記述しているのは、あくまでも十二露店市場という特定の市場事情であることを念押ししておきたい。
- 27) 露店市場内部への新規参入者との競合と露店市場外部の新規参入者との競合という2つのケースが考えられる。A青果物店問題は前者のケース。後者のケースがストリート・レヴェルの権限を越えた脅威であることは、役員層の人々にとって明らかだった。しかし、たとえば市場の通りに面した小型スーパーが自店前に露店を出す場合には、役員会が明確な反発を示している。
- 28) 大売出しの場合には、参加出店者負担金・補助券購入費。
- 29) 毎日市であることが、この方向の整備を可能にする条件となっている。定期市であればまず不可能であろう。
- 30) 昭和57年までは「ビーチセンター」、同59年からは「ラドン健康センター」。
- 31) M・リプスキー、田尾・北大路共訳『行政サービスのディレンマ —— ストリート・レヴェルの官僚制 ——』1986年木鐸社参照。尚、市役所出張所長の職は囑託的なもので、公式の権限は市役所担当課の係長のそれよりも小さかったという。

- 32) 塩原 勉「バーナード理論と社会学」(加藤・飯野編『バーナード — 現代社会と組織問題 —』1987年文真堂所収)

scalar organization と lateral organization という概念は一般化しているとはいいがたいので、その性格づけをまとめておく(塩原、前掲論文、121~122頁参照。引用者による一部手直しあり)。

表3 テラテル組織とスケラー組織

	ラテラル組織	スケラー組織
① ポストと権限の配分の様式	役割分担の協定	ハイラーキー
② 成員間の関係	水平的・横結的・非権威主義的	垂直的・縦結的・権威主義的
③ 存続期間	短期	長期
④ 組織の目的	個人レベルに密接した限定的目的	個人レベルから遊離しがちな組織共同目的
⑤ 秩序や規律の維持方法	世論・道徳・慣行	組織内統制・忠誠心の調達
⑥ 管理費用	低	高
⑦ 適応力	弾力的	非弾力的
⑧ 自由度	大	小

尚、ラテラル組織は、formal sector と informal sector とを関係づける媒介構造、媒介過程である、という塩原の指摘は本稿にとってとくに有効である。この枠組を適用すると「市場組合」の活動が理解しやすい。ただし、十二市場組合の場合毎日市場を基盤としているため、ある時点以降、ラテラル組織の類型からの脱皮ともうけとれる組織整備が開始されている。この点は本文中で指摘している通りである。定期市場であればそのような方向の整備はありえないだろう。

- 33) 単純化した説明をしておく。出店場所の配分を固定させておくためには、塵芥箱の場所を空間(あきま:露店市場での用語)にしておけばよい。塵芥箱のローテートする場所がふえるということは、この空間をふやさなければならないということになる。すると常店に配分する場所が狭くなる。
- 34) 何らかの役職をやめるということではなく、この件の話し合いから手をひくという意味だそうである。対立が抜き差しならなくなると、「辞表」を出すというシンボリックな行動を誰かがとる。このパターンは記録中に何度か出てくる。
- 35) 拙稿、前掲論文、57・67~68頁参照。
- 36) 常店希望者がありながら、組合員をふやさずに割店にとどめておいた理由として、ある時期までの市役所の方針のほかに、ヤシに対する組合のこのような態度も影響していたという。もし組合員をふやすなら、ヤシを差別せずに希望者全員を加入させるようにという市役所の(非公式の)指導があったようだ。
- 37) 「ダイエー」は昭和48年に万代シティに出店した。
- 38) 「星野スーパー」は個人資本によるもので第4班の東側の位置に出店した。「スーパー堀川」は地場資本によるもので、十二番町店は第1班の西側の位置に出店した。出店時期はいずれも帆刈さんの記憶による。

両スーパーに対する電話インタビューのご返事は以下の通りである。

「星野スーパー」(現「ホクセイマート」)は、昭和37年に30数坪で現在地に出店。同38年暮に同地

で、120坪（約400㎡）に建て直し。同44年に200坪（660㎡）に拡張した。

「スーパー堀川」（現「キューピッド」）は、昭和33年10月にセルフ方式の第一号店を六番町に開店した。十二番町店は同42年12月に出店（180～200㎡）した。

帆刈さんの記憶には、「スーパー堀川」六番町の開店が強く印象づけられているようだ。しかし、十二番町の範囲に限れば、スーパーの出店は昭和37～38年以降ということになる。

- 39) この意味では「スーパー」は歩道を内に取り込んだ常設店舗なのであろう。また記録中に自分たちの露店市場を「横のデパート」と呼んだ文章がある（31. 6. 26 中元謝恩大売出しのお知らせの原稿）。横の……とは平面的に展開された、という意味。
- 40) 帆刈さんは「スーパー堀川」十二番町店の開店7年後に、第1班東側の位置から第4班へ移動した（昭和49年5月）。反対側の東側から「スーパー堀川」前の人通りを見ているとوراやましかったという。
- 45年5月の「交通量調査」でも2店のスーパー前の通行量が多いという結果が記録簿にある（45. 5. 6）。
- 41) 「大資本」という言葉が出てくるのは、前述した地場資本による「スーパー堀川」などの出店をうけてのことであろう。全国的規模の大型店の新潟市への出店がはじまるのは、昭和40年代に入ってからである。
- 42) 「歩行者天国」が開始されたのは昭和47年大晦日から。また、アーケードの新築は昭和53年に完成している。地域全体の新機軸に参加することはあっても、露店市場だけの新機軸の創造（たとえば最近のフリー・マーケット方式の導入）はとうとうないままにきてしまったようだ。
- 43) ラテラル組織の性格として、弾力的な適応という項目が入っている（注32参照）。この事例で考える限りでは、細々とした内部状況の変化に対して、組織内の従来慣行に従う適応力の高さは発揮されるが、慣行では対処できないような外部状況の変化に対する適応力は（組織化の規模の縮小が比較的無理なく行われるという点を除けば）低いといえるかもしれない。