

近畿都市学会報

第210号

2021年6月11日

近畿都市学会

近畿都市学会・連絡先

■近畿都市学会事務局宛先

〒530-0001大阪市北区梅田1-2-2-600
大阪駅前第2ビル6階 大阪市立大学大学院 創
造都市研究科 小長谷一之研究室 近畿都市
学会事務局 (担当) 庶務委員長: 小長谷一之

Eメール: info@kintoshi.org

ホームページ: <http://www.kintoshi.org/>

◎会費納入先: ゆうちょ銀行振替口座 0099
0-7-86235 近畿都市学会

◎※ゆうちょ以外の金融機関からは下記で送
金できます。 ゆうちょ銀行〇九九店 (ゼロキ
ユウキユウ店) 当座 0086235 キンキト
シカ[®] ツカイ

■近畿都市学会編集委員会宛先

近畿都市学会編集委員会 (担当) 編集委員
長: 後藤暁夫

Eメール: info@kintoshi.org

(※学会誌『都市研究』原稿も)

1. 2021 (令和3) 年度春季大会のお知らせ (確定)

近畿都市学会の2021年度春季大会は、感染症の状況で、オンラインで以下のよ
うにおこないます。

【日時】2021年7月4日 (日)

【プログラム】<確定>

- 1) 10:30~11:30 理事会・評議員会
- 2) 11:30~12:30 総会
- 3) 13:30~16:00 一般研究報告 (要旨は3ページ目から)

【発表1】「食による西宮市の地域価値創造」

小川雅司 (大阪産業大学経済学部教授)

【発表2】「コロナ禍におけるオンライン配信を用いた地域活性化音楽イベント開
催の意義-大阪市城東区の「かもよんフェス2020-2021」を題材として-」

石原肇 (近畿大学教授)

【発表3】「post/withコロナ時代の都市構造と産業・環境」

小長谷一之 (大阪市立大学大学院都市経営研究科教授)

【発表4】「ネットワーク社会に対応した都市・地域の変化-コロナ禍の変化を考
える-」

久隆浩 (近畿大学教授)

【発表5】「ソーシャルビジネスの連鎖的展開-静岡県松崎町を事例に-」

牛場智 (静岡大学大学院人文社会科学領域経済・経営系列准教授)

【発表6】「外郊外における空き家の動向-名張市桔梗ヶ丘のその後-」

山田正人 (未来都市・モビリティ研究所代表)

【発表7】「情報誌に見る大正から戦後の上七軒花街の暮らし」

中原逸郎

役員（理事・評議員・幹事・監事）の皆様必ずお読みいただきメールお願いします

(1) ①役員会（理事会・評議員会）および総会（一般研究報告含む）への出席・欠席の予定と、②ご氏名、③ご所属、④最新のご連絡先（メール）を、あらためて学会窓口メール info@kintoshi.org へご連絡お願いいたします。

(2) 〆切を6月30日とさせていただきます。この日までに参加連絡をいただいた方に、確認後、参加のオンラインアドレスをお送りいたします。届いておられない方は再度メールか（090-4649-2590）にご連絡ください。

役員以外の一般会員の皆様必ずお読みいただきメールお願いします

(1) 総会（一般研究報告含む）への出席予定の方は、以下の事項をご連絡ください。①ご氏名、②ご所属、③最新のご連絡先（メール）を、あらためて学会窓口メール info@kintoshi.org へご連絡お願いいたします。

(2) 〆切を6月30日とさせていただきます。この日までに参加連絡をいただいた方に、確認後、参加のオンラインアドレスをお送りいたします。届いておられない方は再度メールか（090-4649-2590）にご連絡ください。

(3) 総会の出席は会員に限らせていただきます。

Ⅱ. 近畿都市学会理事会等のご報告

近畿都市学会 2021年第3回理事会は、2021年6月9日（水）にオンラインで開催され、2021年度春季大会について等を議論しました。

Ⅲ. 【重要事項】会員管理システムへ早めにアクセスのお願い！

すでにお知らせいたしましたように、会員のみなさまの管理によります「会員管理システム」が稼働を開始しております。

★近畿都市学会ホームページ：<http://www.kintoshi.org/>

のトップからも入ることのできる以下のアドレスが、入り口サイトです。

★ <https://www.mmb-sys.jp/pacmmb/USER/personal/login.aspx>

今後は、既にお知らせした【会員ID】と【パスワード】を入力して、ログインすることにより、専用ページで、ご自身の登録情報を確認、更新することができます。

最初に配布された業者の【パスワード】は複雑ですので（紛失しないうちに）、ぜひ一度、ご自身でアクセスし、ご自分の好きな【パスワード】に早めに変更をお願いいたします。

また「連絡用電子メールアドレス」など、ご入力いただきませんと今後重要なお知らせが行かない場合がございます。ぜひ一度、アクセスいただきますようお願いいたします。

※パスワードをお忘れの場合

- ・連絡用eメールアドレスを登録済みの場合は、上記の会員専用ログイン画面の「パスワードをお忘れの方はこちら」のボタンをクリックしてください。次に表示される画面で会員ID（38で始まる8桁の半角数字）と登録済みeメールアドレスを入力すると、自動的にパスワードが送信されます。
- ・会員IDが不明な場合や連絡用eメールアドレスを未登録の場合は、

IV. 日本都市学会第68回大会（近畿担当予定）のお知らせ。

（日本都市学会ホームページより）第68回大会は、近畿都市学会担当で、現時点では2021年10月22日（金）～24日（日）の日程で、兵庫県尼崎市において現地開催する予定です。なお、新型コロナウイルス感染症の状況によっては開催形式等が変更される可能性もあります。くわしくは、日本都市学会ホームページ

<http://www.toshigaku.org/>

（「都市学ドットオルグ」です）をご覧ください。
ふるってご参加ください。

V. 近畿都市学会 2021（令和3）年度春季大会一般研究報告要旨

[発表1]「食による西宮市の地域価値創造」

小川雅司（大阪産業大学経済学部教授）

兵庫県西宮市は海、山、川の自然に恵まれた「文教住宅都市」で、近年「選ばれる住宅都市」として高い評価を受けている。「灘の生一本」の生産地として有名であり、また、阪神間では随一のスイーツ集積地でもある。本報告では、西宮市の魅力要素である日本酒とスイーツについて取りあげ、食による西宮市の地域価値創造について考察するが、食による西宮市の地域価値創造を論じる際、西宮市が有する田園という地域特性から生まれた特有の都市文化が背景にあることを忘れてはならない。

現在の西宮市の都市格を形成し、日本酒やスイーツとも深く関係する阪神間モダニズムと文教住宅都市宣言について取りあげる。西宮市の酒造家が地域の発展を願い、酒造による富を芸術や教育などに注いだことで、西宮市特有の都市文化が誕生した。1963年には、酒造家が中心となり、行政の進める石油化学コンビナートの誘致・建設を拒絶し、それが文教住宅都市宣言に繋がった。このような歴史を背景に、西宮市の酒造業は日本酒文化を創造し、それが2020年の「日本遺産」の認定に至った。他方、都市文化を基盤とする良質な住宅環境、豊かな消費生活により、西宮市には阪神間随一の洋菓子店が集積している。西宮市の日本酒と洋菓子は都市文化の一部であり、都市文化と乖離した地域価値創造はあり得ない。

そこで本報告では、上記で述べた日本酒およびスイーツと都市文化の関係を整理しながら、西宮市における日本酒・スイーツによる地域価値創造の嚆矢と言える「まちたびにしのみや」を紹介し、日本酒およびスイーツに関するフードツーリズムの豊富な事例を地域価値創造の観点から考察する。そして、西宮市で近年取り組まれている新たなフードツーリズムを紹介しながら、食による西宮市の地域価値創造を都市文化の視点から考えたい。

[発表2]「コロナ禍におけるオンライン配信を用いた地域活性化音楽イベント開催の意義—大阪市城東区の「がもよんフェス 2020-2021」を題材として—」

石原 肇（近畿大学教授）

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の発生により、日本では感染拡大の防止の観点から新型インフルエンザ特措法に基づき2020年4月8日に緊急事態宣言が発出された。国民とあらゆる業界が、密閉、密集、密接のいわゆる三密を避けるための行動が求められた。同年5月25日に全都道府県で緊急事態宣言は解除されたものの、引き続き感染防止の観点からの行動が基本となった。以降、2021年1月8日に2度目の緊急事態宣言が、同年4月25日に3度目のそれが、大都市圏の都道府県を中心に発出されている。大友（2020）によ

れば、緊急事態宣言による不要不急の外出の自粛要請、娯楽目的の外出や必要品の購入以外の外出が激減し、とりわけ飲食事業は、固定費として人件費と家賃が大きな割合を占めているため、急激な需要の減少に対応することが極めて困難であることが露呈したとしている。従前より中心市街地の活性化が課題であったところに、コロナ禍となっており、早期復興は大きな課題となっているといえよう。新型インフルエンザ特措法の性格から、自粛等の判断をする民間事業者や基礎的自治体、関係機関等の新型コロナウイルス感染症への対応行動を記録しておくことは、今後の資料として有用と思われる（石原、2021）。本報告では、本来は飲食店での演奏を聴きに参加者が訪れ、まちなかを回遊する地域活性化音楽イベントの「がもよんフェス」について、コロナ禍において飲食店等での無観客ライブのオンライン配信により行われた「がもよんフェス 2020-2021」を研究対象として取り上げ、その地域活性化策としての意義について考察することを目的とする。報告者は、2021年2月22日から2月28日にかけて「がもよんフェス 2020-2021」が開催されたことから、初日（2月22日）および最終日（2月28日）にミュージシャンが演奏する飲食店に出向き、観察を行うとともに、配信の状況を確認した。また、がもよんフェス実行委員会から資料提供を受けた。それによれば、動画の総再生回数の総合計は、7,568回で、相当数の人が視聴したことが推定される。視聴者の年齢分布は45～54歳が最も多く36.7%、次いで35～45歳が多く34.9%、次いで25～35歳が多く22.4%となっていた。また、視聴者の性別は、男性が60.9%、女性が39.1%となっていた。動画の視聴者は日本全国各地に及び、海外の数カ国からもコメントが寄せられたとのことである。これらのことをふまえて、地域活性化策としての意義は、以下の3点になるものと考えられる。第1に、2015年から毎年1回、これまでに5回の開催を積み重ねてきた飲食店とミュージシャンと参加者と地元協賛企業との繋がりを保持したことにあるのではないかと考える。第2に、「がもよん」の名を日本各地や海外にも知らしめる効果があったものと推察される。今回のオンラインでの配信により、従前からの参加者は既に「がもよん」の現地を体感していることだが、「がもよん」を訪れたことのない人々にライブ演奏というコンテンツの提供を通じて「がもよん」という地域の雰囲気伝わったのではないかと推察される。第3に、YouTubeというツールによる配信方法を用いたことで、「がもよんフェス」の視聴者の属性が把握できたことである。このことは配信方法のツールによる副次的効果ではあるが、コロナ禍が収束し、リアルイベントに戻ることができるようになった際に、視聴者の属性を考慮した方策が取れること、あるいは新たに呼び込みたい年齢や性別を考慮した方策を検討することを可能にしたと考えられ、長期的な視点からも地域活性化に寄与するものと考えられる。なお、本報告での方策はコロナ禍であるから止むを得ず取られたものであり、回遊型音楽イベント「がもよんフェス」は、リアルイベントとして実施されることを誰もが望むであろうし、コロナ禍が収束することを願って止まないことを付記する。

【発表3】「post/with コロナ時代の都市構造と産業・環境」

小長谷一之（大阪市立大学大学院都市経営研究科教授）

本研究は、小長谷が、2020年7月21日に、福岡地域戦略推進協議会シンポジウム（内部報告）「with/after コロナを見据えた福岡都市圏の都市再生のパラダイムを考える」、および、2020年8月1日に日本観光研究会意見交換会（関西支部のみの内部報告）「with/after コロナを見据えた関西の観光を考える」にて公表した資料や内容等をもとに、データを追加し構成しているものである。また出現して約1年の新現象に対する分析のため一部メディア等のデータも引用する。

現在、新型コロナウイルス感染症が完全には制圧されておらず、強い感染力をもった新感染症対

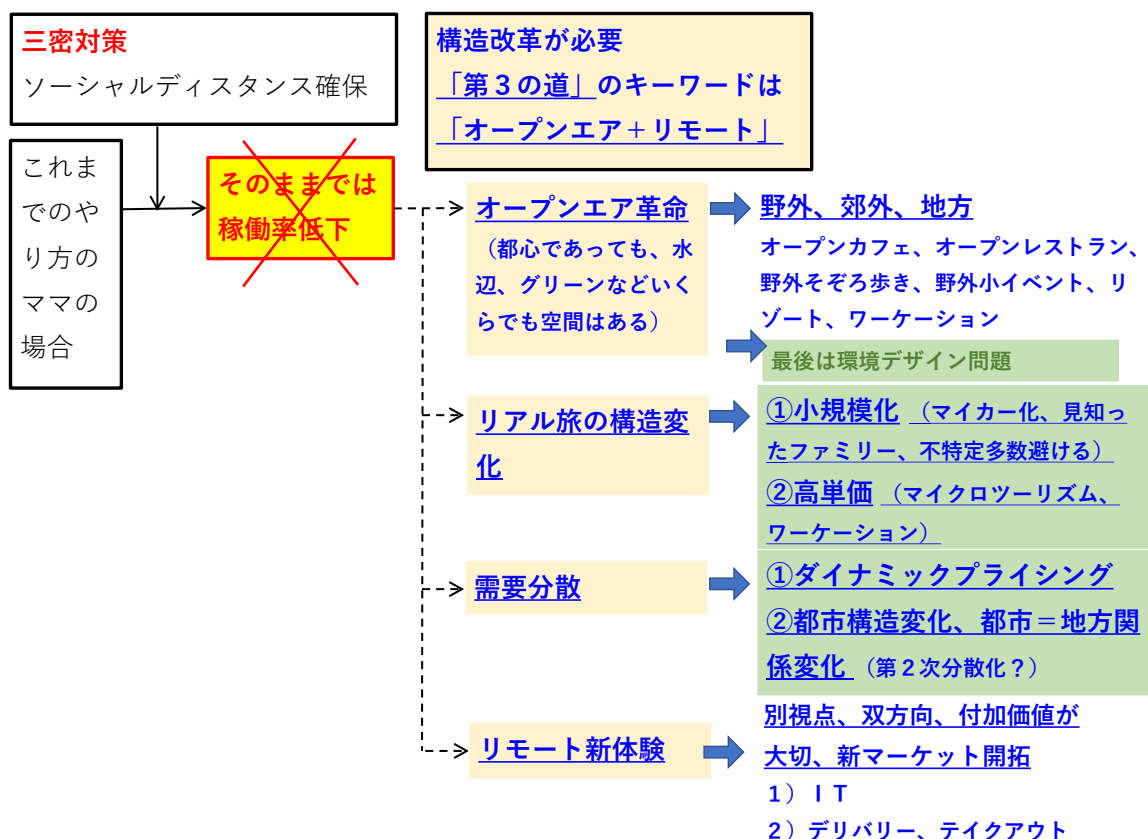
策と経済活動の両立が課題となっている、しかしながら現在の経済活動が完全に同じ形態のままでは、両立困難な「トレードオフ問題」に相当する。両立させるためには、経済活動の条件を少し変える「構造改革が必要」「第3の道」の検討が必要である。

(1) これまで観光や集客マーケティングでは、マイクロツーリズム（星野佳路ほか）やマイカー観光へのシフトが報告されており、それらのレビューもおこなうが、根本的には環境の改善がもとめられると思われる。感染予防には三密をさげ、オープンエア、換気が大切なので、現在の都市型産業において「環境デザイン」の発想が重要となる。「オープンエア+リモート+需要分散」が重要概念となる。

(2) オープンエアは郊外、地方の再評価をおこなうが、しかし、実は都心でも、換気・オープンエアを活用する政策はいくらでもあり、水辺（ウォーターフロント、リバーフロント、ベイエリア）、公園、オープンカフェ、オープンレストラン、公共空間利用などが考えられる。

(3) 産業のオンライン化の場合は、新たなる付加価値、体験の創造が重要となる。オンラインで成功しているマーケティングは、「単なるリアルそのままの置き換え」ではなく「オンラインでないと難しい高付加価値、新しい体験の付加がある」こと、などリアルを超えることも可能。すなわち、1) 遠隔技術による付加価値、2) お土産、料理の宅配による参加型の演出、3) 最後はリアルへの誘導、4) 普段いけないところ（遠方、秘密の町、危険な町、秘境）に気軽にいける、5) お年寄りや子連れなどリアルで敷居の高い方が気軽にいける、6) インタラクティブに講師や仲間と質問や会話が楽しめる（質問タイム）、などの要素がある。

(4) 感染リスク最小化のためのダイナミックプライシング。もともとダイナミックプライシングは、消費者の需要マネジメントであるが、その手法そのものは、目的が違っても利用できる。したがって、イールドマネジメントすなわち、収入最大化目的ではなく、感染リスク最小化のためのダイナミックプライシングも理論的には考えられる。



出典：小長谷作成 上記福岡シンポジウム（2020.7）資料、小長谷（2021）『都市経営研究』1号ほかをもとに筆者加筆加工。

（5）人口動態分析によれば、2020年は、東京中心部への転入は大きく転出に転じ、地方の転出は転入となった。しかし、今後、地方への移動傾向がでてくるとしても、東京の郊外も有力な吸引地となりつつあり、東京圏一極集中がすぐに是正されると判断するのは早計である。「都市構造（中心都市＝郊外関係）」「地域構造（都市圏＝地方関係）」の観点からは、一般論としては、集客・観光移動（短期的移動）、人口移動（長期的な住み替え移動）、職場立地の移動（ワーケーション等）等で、郊外や地方への移動が優位になる。

以上から、経済活動の低下に対し、短期的・一時的な給付金ではなく、コロナ禍向けの「環境デザイン」の整備のための事業の構造改革への補助をすべきである。単なる補助金でなく「構造転換」支援、「アイデア出し」支援が重要である。

【発表4】「ネットワーク社会に対応した都市・地域の変化ーコロナ禍の変化を考えるー」

久 隆浩（近畿大学教授）

テレワークの拡大、地方移住の進展など、コロナ禍によって大きな価値観の変化、ライフスタイルの変化が起こっている。しかし、こうした変化はコロナ禍によってもたらされたものではなく、時代の大きな転換期の中で従来も起こったものであり、それがコロナ禍でさらなる顕在化、加速化が起こったものである。小林重敬は『都市計画はどう変わるか』で次のように指摘している。「我国では、20世紀末から21世紀にかけて都市のあり方が大きく変化しており、都市計画も対応を促されている。このような状況は、19世紀末から20世紀初頭にかけて、近世都市から近代都市への変化に対応して、近代都市計画の仕組みが成立していった状況と似ている。」

近代になって主流になった働き方であるサラリーマン、その居住地としての郊外ニュータウンの開発が、日本でも高度経済成長期から活発になってきた。しかし、ポスト近代に入ると、D. ピンクが『フリーエージェント社会の到来』で指摘しているように雇われない働き方が台頭してきている。地方移住をしている人々、特に若者にはこうした雇われない働き方をしている人々が多い。雇用という形態を考えるとたしかに地方では働く場所は少ない。しかし、自分で仕事を創り出すことができれば、地方でも仕事をすることができる。また、地方は何もないところではなく、自然の素材が豊富なところでありそれを活用した仕事は今も存在している。地方は何もない、不便であると言ってきたが、それは地方が変わったのではなく私たちの暮らし方、働き方が変わり、それに必要なものが地方にはなかったのである。つまり、私たちの暮らし方を変えることで、地方の見え方が変わってくる、そして地方に適合した新しい暮らし方が次々に生まれているのが、現状ではなからうか。

こうした観点からかつての働き方を見ると、農村部では住宅の前に広がる田畑や裏山が仕事場であり、職住近接であった。それが、サラリーマンの時代になり、都心にある職場と郊外住宅地を通勤するライフスタイルとなっていった。しかし、テレワークも含めて今後は職住一致、職住近接の時代が再びやってくる。欧州都市計画家評議会が出した「新アテネ憲章」でも「複合的な土地利用」が謳われているのもそうした変化の証といえよう。

また、近年、タクティカルアーバニズムやプレイスメイキングと呼ばれる社会実験的な短期の活動を展開し、まちの魅力向上を図る手法が増えている。かつての大規模な都市開発ではなく、小さな動きを積み重ねていってまちを変えていく方法である。トップダウン型ではなくボトムアップ型の手法でもある。こうした変化も、集中管理型から自律分散協

調型へとといった社会の変化に呼応したものと捉えることができる。

【発表5】「ソーシャルビジネスの連鎖的展開—静岡県松崎町を事例に—」

牛場智（静岡大学学術院人文社会科学領域経済・経営系列准教授）

少子高齢化やそれに伴う人口減少などによって地方が衰退して久しい。これに対して、宮崎（2021）は基幹産業の衰退に伴って地方が衰退しており、したがって新たに産業を興すことの重要性を指摘している。

こういった点から地域資源を活用した新たな事業によって、地域経済の活性化が取り組まれてきた。特に、農林水産業を生産だけでなく、流通分野にまで拡大する6次産業化に大きな期待が寄せられている。しかしながら、6次産業化の実行は、容易なことでは無い。高橋（2018）は6次産業化が「生産者に加工・流通・販売という新たな知識と技能」が必要であると指摘する。特に流通・販売における「新たな知識と技能」が困難とされる。

こうした中、岡山県西栗倉村では木材加工を軸とした事業が立ち上がり、うなぎの養殖など多様な展開が行われている。これらは、事業目的を地域課題とするソーシャルビジネスであり、当事者である牧（2018）はローカルベンチャーとして提唱している。牧は、自分自身以外によって西栗倉村内で多様な事業が展開されるために「ローカルベンチャースクール」を開講し、新規参入者の育成に努めている。

空き家再生においても「リノベーションスクール」という取り組みがあることから、ビジネスモデルの伝播という点においては「スクール」というものが有効に作用しているように考えられる。また、地方の中小企業の支援では、f-Bizをモデルとした「ご当地Biz」が全国で立ち上がり、様々なコンサルティングが行われている。

このように経営戦略やマーケティングの視点からは「新たな知識と技能」が伝播されているが、一般企業と同様にオペレーションや組織体制の構築といった課題が残されている。

特にソーシャルビジネスにおいては、事業目的に単なる利潤追求だけではなく地域課題の解決を掲げていることが、オペレーションや組織体制の構築、さらに言えばモデルの伝播をより一層難しくしている。

そこで筆者は静岡県松崎町における「であい村蔵ら」「松崎桑葉ファーム」の運営体制に着目し、組織論の観点から社会企業家による事業展開の伝播について、考察を行う。

【参考文献】

高橋勅徳・木村隆之・石黒督朗（2018）『ソーシャル・イノベーションを理論化する切り拓かれる社会企業家の新たな実践』、文眞堂。

牧大介（2018）『ローカルベンチャー 地域にはビジネスの可能性があふれている』、木楽舎。

宮崎雅人（2021）『地域衰退』、岩波書店。

【発表6】「外郊外における空き家の動向—名張市桔梗ヶ丘のその後—」

山田正人（未来都市・モビリティ研究所代表）

1. はじめに

筆者は、外郊外のちょうど都市圏の限界地にかつて建設された、いわゆるオールドニュータウンについて調べている。名古屋圏および関西圏には、たくさんのオールドニュータウンが存在する。まずは、2. で、可能な限り外郊外にあるものを研究対象としており、最近の動向などをまとめてみる。3. では、主な研究対象となる三重県名張市であるが、40を超えるオールドニュータウンがかつて存在していた。4. ではそのうち最も古くから

存在する桔梗ヶ丘ニュータウンについて、その後の様子を見る。

2. 名古屋圏及び関西圏の外郊外のオールドニュータウン

名古屋圏では名古屋・小牧の中心地から、北側には各務ヶ原市の鵜沼周辺にかけて住宅地が広がっている。鵜沼は最初にオールドニュータウンというよりも、古くからの中山道の宿場町であったが、交通の要衝として発展してきた街である。8方に広がる濃尾平野で、中心地にもなっていた小牧市内の東側に新しいニュータウンが形成された桃花台が開発された年代も関西圏のオールドニュータウンに近く、副対象として取り上げた経緯がある。

名古屋の北側の岐阜、南側の知多半島は距離帯と併せて取り上げた。

関西圏では、和歌山が双対する。丁度大阪圏の外側であり、他の大都市の影響を受けない対象として取りあげることとした。

3. 三重県名張市のその後の状況

名張市は、今でも三重交通の定期バスの便がある、名張駅から南の百合が丘、東南の春日丘とつつじが丘、東の富貴ヶ丘、北の梅が丘と東北の桔梗ヶ丘が主なニュータウンである。

しかし、つつじが丘は名張駅に近い春日丘に人口の比重を移しており、富貴ヶ丘は早くに造成され、区画を作る道路が狭く、空き家が増加している。

また、駅の西にあった中心街は、東の希央台、鴻之台に次第に移転しており、駅前から駅近の自動車に便利な道路の整備された、新中心市街地に移っている。

総体的に人口は減少しており、整備の方向性を見出すのが心配な市街地となっている。

北隣の伊賀市との間で、かつての大阪都市圏から小規模都市圏に労働の主体も変化している。

4. 三重県名張市桔梗ヶ丘ニュータウンにおける経過

桔梗ヶ丘ニュータウンは、都市計画がなされ、かつては駅前に百貨店と衣料品店の集合体もあったのだが、その商店街はなくなった。しかし駅前から空き家が増え、国道の通る5番町方面では、まだ新たな開発が続いている。そのため現在では、全体として空き家率は同じになっているが、内情は大きく異なる。

5. まとめ

空き家問題は、かつてより深刻になってきており、それは人口が減っているのではない面もある。しかし、手はつくしたかと言えばそうでもない。まだまだ、今後整備のしようはあると思われる。

【発表7】「情報誌に見る大正から戦後の上七軒花街の暮らし」

中原逸郎

1. はじめに

花街(かがい)は、日本舞踊等の芸と地元の花街言葉で顧客をもてなす芸妓町で、江戸中期以降、三味線音楽の進展とともに発達した。芸の披露に必要な技芸師匠、楽器等の専門業を必要とするため、花街は都市に発達した。しかし、昭和30年代(1955～)全国に500あった花街は都市をめぐる社会環境、経済環境の変化から現在は20に減じている。では、花街が全盛であった大正期から戦後の花街の生活はどのようなものであったのだろうか。

2. 先行研究

京都の芸妓は、『守貞漫稿』(喜多川季荘、1908)等に京阪の妓態として挿絵がある。一般誌では、高度成長期の千葉市蓮池の変化を通じた、都市の変化に関する報告、大阪北新地花街の地位確認運動等、失われた花街に関する回想を通じた都市の暮らしの記述があり、

現存する花街に関しては、花街の衣食住の変化を捉えた中原の学術記述（中原、2018）がある。

しかし、花街の生活史に関する学術的記録は未だ限られている。このような中、本稿では、顧客サービスから花街は都市の流行に敏感であったと考え、花街の生活の変化に注目した。

3. 研究方法

本稿では、花街舞踊の専門誌（京都歴彩館所蔵）等に見られる広告を中心に、北野上七軒（京都市上京区、以下上七軒）を取り上げ、学術記述（中原、2018）の知見も参照しながら、広告の初出の時期や商品の特徴に注目し、都市生活の一端を浮き彫りにしたい。

4. 都市の生活史

本稿では、生活に身近なところの変化を見た。

- ①冷蔵庫 文化式安全冷蔵庫（大正 15 年）→電気式冷蔵庫（昭和 8 年）
- ②納涼 納涼川床（昭和 4 年）→扇風機→冷房（昭和 34 年ごろ）
- ③薬剤 シロップ（大正 15 年）、子供薬（昭和 3 年）、女性薬、丸薬（昭和 3 年）、軟膏（昭和 4 年）
- ④車 人力車→キタノ自動車（大正 11 年）→外国産から日本産への変化（昭和 30 年代）
- ⑤給湯器 銭湯（昭和 30 年）→家庭用ガス風呂（昭和 29 年）
- ⑥洋食 萬養軒（大正 12 年）、矢尾政（昭和 3 年）、養鶏場（昭和 4 年）、電子レンジ（昭和 25 年）、とんかつさわふく（昭和 29 年）
- ⑦音響 ラジオ舞踊大会（大正 15 年）→電気蓄音機（昭和 9 年）→蓄音機店（昭和 29 年）、テレビ（昭和 30 年）
- ⑧中華風俗 支那料理ハマムラ（大正 15 年）、芸妓の中華服着用（昭和 3 年）支那俳優招来、中華棣鄂（昭和 29 年）
- ⑨通信 電話取扱店（昭和 6 年）
- ⑩飲料 三ツ矢サイダー（昭和 5 年）、宝酒造（昭和 33 年）
- ⑪衛生 パリスバン洗粉（昭和 28 年）、ハイソープ洗剤（昭和 35 年）
- ⑫ ⑫教養娯楽 旅行社、歌舞伎座（昭和 4 年）、喫茶店（昭和 33 年）、サロン上七軒（昭和 38 年）
- ⑬その他 機械染織（昭和 33 年）、丸物百貨店（昭和 34 年）

5. 考察

- ①都市民として自立性の追求→自然の克服
- ②都市民として良質なものを追求→先端技術→西洋化→既存の生活様式からの脱却
- ③都市民として社交の場の増大→他人からの刺激→購買力の創造

Ⅶ. 事務局より

<<前回報告分以降>>

【退会】3名

中野雅博

三浦純一

室 雅博

★2021 年度会費（普通会员 8000 円、学生会員 4000 円）を納入いただきますようお願いいたします。口座番号は 1 ページ題字下に記載しております。納入状況の確認等は事務局までご連絡ください。