

國學院大學学術情報リポジトリ

昭和5年魚市場主催「魚に関する展覧会」の背後：
魚問屋はなぜ百貨店で水産展を開催したのか

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2025-03-12 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 鎌形, 慎太郎 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.57529/0002001402

【論文】

昭和5年魚市場主催「魚に関する展覧会」の背後

—魚問屋はなぜ百貨店で水産展を開催したのか—

Background of fisheries exhibition by
Osaka fish market in 1930;
Why fish wholesalers held a fisheries exhibition
in department store?

鎌形 慎太郎

KAMAGATA Shintarou

はじめに～研究背景と本稿の目的

最近筆者は、戦前期水族館循環濾過システムの地方伝播を探る中で、堺市立水族館を経営した堀家惣太郎が大阪三越開催の「魚に関する展覧会」打合会に出席した点にふれた（鎌形2024）。同展覧会は、昭和5年（1930）4月1～10日に大阪市東区高麗橋の三越西館7・8階で開催された。水族館は第1会場7階に特設され、「横、深さ共に三尺、長さ九尺の三個の魚槽」には鯛・鰻・鰯・海老・蟹等が収容された（【図版1】）。それを、「即ち諸方から澁漉たる生魚の蒐集、補給、それを漁獲地から高麗橋会場への運搬を始めとし、魚槽への酸素の給入から、水の転換等其準



図1 魚に関する展覧会の水族館（『うろくづ』より）

備より閉会に到るまで不眠不休で活動を続けなければならなかつた」が、「其結果は予期以上の好評を得たので関係者も其労苦の甲斐あるを喜んだ」と伝える。

それ以外にこの展覧会では、大阪魚市場関係資料（模型・統計・写真等）が特に重要視された。主催者の大阪市魚市場联合会とは市場を構成する魚問屋たちの組織であった。

昭和12年（1937）には、大阪市魚市場联合会から発展した大阪魚株式会社（以下、大阪魚）が再び、「魚に因める展覧会」を大阪梅田の阪急百貨店で開催する。これは同社主催の2度目の展覧会で⁽¹⁾、趣旨は、「市民保健運動として魚食奨励を推進、水産業の隆盛を図る」ものである。だが、「魚に関する展覧会」のような卸売市場会社を喧伝する資料構成からは脱却し、魚食奨励を達成するための手段として美術展示即売に軸が傾く。

本稿は、直截に水族館史研究に寄与するものではないが、百貨店において「魚に関する展覧会」と謳い、水族館や魚市場及び水産業関連資料の陳列が問屋主体に実施された要因を探り、魚市場主催展覧会の変容理由を考察するものである。

戦前に開催された百貨店展覧会研究では、国内で初めて明治40年（1907）に大阪三越に創設された新美術部⁽²⁾が母胎となった展覧会に注目が集まり、百貨店の経営戦略と美術部・美術展覧会との関連性（津金澤1999、廣田2005・2006、田中2011、山本2011、高井2021）や、美術部が催した民芸展とそれに関わる個人作家側のメリット（濱田2016）、百貨店周辺にいた好事家たちの懐古趣味を模倣する新中間層が風流な「良い趣味」を獲得する受容面（神野1994・2015、山本2010）に関心が払われてきた。美術展以外では、阪急百貨店が開催した創始百年記念野球博覧会の背後にプロ野球球団の経営に乗り出した小林一三の強い理念が作用したとする研究も出されている（井上2022）。一方、1920年前後より出版社・新聞社主催の展覧会が催行され、場所貸しとしての百貨店の重要度が高まる点も指摘される（神野2015）が、その展覧会の実像は、大阪毎日新聞社が結束を呼びかけた弘法文化宣揚会主催の弘法大師文化展覧会の位置づけ（森2005）を除けば寡聞である。

本研究―「魚に関する展覧会」の主催者の思惑を探り、百貨店展覧会史を補強する作業―から、筆者の問題視角である近代日本の水産振興と展示公開施設説明の一端としたい。

1 昭和5年「魚に関する展覧会」の開催とその特色

（1）開催趣旨と背景

「魚に関する展覧会」は、大阪市魚市場联合会が刊行した『うろくづ「魚に関する展覧会」記念録』（1932年）を紐解くことで実態を知ることができる。以下、特に注記しない限り、本節ではこの記念録をもとに展覧会を見ていく。

大阪市魚市場联合会は、昭和5年（1930）1月26日、業者新年宴の席上で「魚に関する展覧会」の昭和5年（1930）4月上旬開催を決定する。農林省水産局・大阪府・大阪市・糧友会・大阪府水産会からの後援を得、2月4日には、大阪市南本町丹彌にて業者委員と賛助組織による打合せ、そして3月29日には会場に事務所設置と出品受付がなされ、三越側の委員との折衝も図られた。全ての陳列が完了した会期前日の3月31日には府関係者・新聞記者・関係者を招き、内覧会が行われた。

昭和5年魚市場主催「魚に関する展覧会」の背後

打合せ段階から展覧会は問屋主がその主体であった。【表1】は、『うろくず』に記された展覧会協議委員のうち、大阪五大市場問屋主を一覧にしたものである。これまで分散していた市場の合議体が大阪市魚市場聯合会で、中央卸売開設直前の「卸売人単複問題」（後述）で思惑

【表1】 魚に関する展覧会打合せ(昭和5年2月4日/於：南本町丹彌)に出席した市場関係者

氏名 (問屋屋号)	旧所属市場 (★は市場代表)	単一会社収容時の立場	大阪魚(株)設立時の社内委員会 【設立後の社内肩書】	展覧会打合せ協議役割分担 (出典:『うろくず 魚に関する展覧会記念録』)
①本庄治三郎 (山彌)	雑喉場市場	・営業権査定調査会委員 ・創立準備委員	・標準品目委員・配給所委員・販売調査委員 【監査役】	魚槽・ポスター・古文書・参考品・魚の試売
②入江勘二郎 (大勘)	★雑喉場南市場	・営業権査定調査会委員 ・営業権査定審査会委員 ・創立準備委員	・創立委員・常任準備委員・配給所委員 【取締役】	魚槽・漁獲・模型・養殖・養魚・配給・統計・加工・貯蔵・製品販売・魚の試売・試食・魚と料理の葉
③小泉國次郎 (小泉)	★雑喉場市場	・営業権査定審査会委員 ・創立準備委員	・創立委員・常任準備委員・店員委員・販売調査委員 【取締役】【庶務部兼任】	魚槽・料理・栄養・衛生・漁獲・模型・養殖・養魚
④遠藤武次郎 (藤政)	雑喉場市場	・営業権査定調査会委員	・創立委員・食堂委員 【取締役】	魚槽・料理・栄養・衛生・漁獲・模型・養殖・養魚・試食・魚と料理の葉
⑤磯野重甫 (たこ重)	雑喉場南市場	・営業権査定調査会委員	・創立委員・常任準備委員・標準品目委員 【取締役】	魚槽・魚の試売
⑥藤田平三郎 (藤平)	★天満市場	・営業権査定調査会委員 ・営業権査定審査会委員 ・創立準備委員	・創立委員・常任準備委員・販売調査委員 【取締役】	魚槽・標本・料理・栄養・衛生・漁獲・模型・養殖・養魚・加工・貯蔵・製品販売・ポスター・古文書・参考品・試食
⑦井上藤三郎 (小徳)	雑喉場市場	・臨時中央卸売市場調査委員会委員	・創立委員・取扱品目協議委員・定款起草委員・標準品目委員・税務係委員 【相談役】	魚槽・標本・料理・栄養・衛生・漁獲・模型・養殖・養魚・配給・統計・製品販売・ポスター・古文書・参考品・試食・魚と料理の葉
⑧宮本利右衛門 (佃利)	雑喉場市場	・営業権査定調査会委員 ・創立準備委員	・販売調査委員 【常任監査役】	魚槽・古文書・参考品
⑨松本徳兵衛 (河徳)	木津市場	・営業権査定調査会委員 ・創立準備委員	・運送委員・標準品目委員・販売調査委員	標本・料理・栄養・衛生・魚の試売
⑩榎村治三郎 (鹿島屋)	★木津市場	・営業権査定調査会委員 ・営業権査定審査会委員 ・創立準備委員	・創立委員・取扱品目協議委員・常任準備委員・標準品目委員・販売調査委員・銀行交渉委員 【取締役】	料理・栄養・衛生・ポスター・古文書・参考品
⑪春次石松 (春岩)	★天満市場	・営業権査定調査会委員 ・営業権査定審査会委員 ・創立準備委員	・販売調査委員 【取締役】	料理・栄養・衛生・ポスター・古文書・参考品・魚の試売
⑫畑中甚八 (ヤマ畠)	木津市場	・営業権査定調査会委員 ・創立準備委員	・食堂委員	料理・栄養・衛生・魚の試売
⑬西川元治郎 (ヤマ西)	★木津市場	・営業権査定会委員 ・創立準備委員	・創立委員・常任準備委員・配給所委員・定款起草委員・税務係委員 【常任監査役】	配給・統計・試食
⑭和田徳之助 (天清)	雑喉場市場	・営業権査定調査会委員 ・創立準備委員	・運送委員・販売調査委員 【取締役】	漁獲・模型・養殖・養魚・古文書・参考品・試食・魚と料理の葉
⑮雑賀捨藏 (雑安)	鞆西海産市場	・営業権査定調査会委員 ・創立準備委員	・運送委員・標準品目委員・販売調査委員	配給・統計・魚の試売
⑯鷺池平九郎 (神平)	★雑喉場市場	・営業権査定会委員 ・創立準備委員	・創立委員・常任準備委員取扱品目協議委員 【代表取締役】	貯蔵・加工・製品販売・古文書・参考品・魚と料理の葉
⑰久井友吉 (久友)	★鞆西海産市場	・営業権査定調査会委員 ・営業権査定審査会委員 ・創立準備委員	・創立委員・店員委員・銀行交渉委員 【監査役】	漁獲・模型・養殖・養魚・貯蔵・加工・製品販売・試食

※市場関係者の肩書きは『大阪市中央卸売市場二十年史上巻』(1952年)144～152頁、1978『大阪魚市場株式会社三十年史』(1978年)21～25頁を基に作成

が一致する問屋主らで構成されていた。まず把握したいのは、展覧会打合せ協議が各問屋主ともに出品内容に基づき複数の役割が分担されていた点である。そして、問屋主以外には、魚槽ならば堀家惣太郎（堺市立水族館主任）、標本・料理・栄養・衛生ならば藤原九十郎⁽³⁾、参考品・古文書ならば大阪市役所産業部職員の入江来布⁽⁴⁾、貯蔵・加工・製品販売については飯山太平⁽⁵⁾や高碓達之助⁽⁶⁾らが有識者として名を連ねた。問屋主は、こうした専門家の助言を受けながら計画立案を重ねていった。

展覧会の趣旨は、

食糧品配給と統制と合理化を目的とする中央卸売市場は、愈々ここに開設せられ、魚類業者が伝統と因習に拘束せられた一切の不合理を清算すべき日が来たのである。例へば、時機に應ぜる魚食宣伝等は、需要を増進せしめ生産を助長する事尠しとしないのであるが、かかる緊要の一事すら、旧来の如き分散的な市場組織を以てしては不可能の事であつたのである。

分立より統制へ、競争より協調へが、その合理化に進む唯一の途であり、中央卸売市場に於ける鮮魚卸売会社のみが、その負はされた責務を完ふするものである事を深く確信する吾等業者、開始後に於ける業者の責任を自覚する吾等は、其確信の下に曩に大阪市魚市場聯合会を組織したのであつたが、その目的を達成する一助として、一つは当業者の覚醒を促す為に、三百年來何程の進歩も示して居ない市場取引制度の改善、封建時代にも等しい小売店舗への近代的施設、配給機関整備の為の資料を供し、一つは一般消費者に訴へて魚の智識を普及し、家庭に於ける調理の改善に資せんが為に、農林省水産局、大阪府、大阪市、糧友会、大阪府水産会の後援を得て本会主催の「魚に関する展覧会」を昭和五年四月本市三越に於て開催した（以下略）

と謳う。単一卸売会社（大阪市魚市場聯合会）として市場取引の改善実績を当業者にアピールすべく、「配給機関整備の為の資料」を陳列する方針を示した。そして、「分立より統制へ、競争より協調へが、その合理化に進む唯一の途であり、中央卸売市場に於ける鮮魚卸売会社のみ」と記す背後には、「卸売人単複問題」が展覧会の渦中で起こっていたことと明らかに連動している。

「卸売人単複問題」のそもそもの契機は、大正12年（1923）3月30日に公布された中央卸売市場法である。同法は、近世以来続いてきた問屋仲買制度を解消し、問屋老舗権（営業権）を査定によって出資させ、その機能・資本を中央卸売市場内の業種別単一会社に吸収し、中央卸売市場という新しい事業体（法人）を作り出す制度であった。同法が同年11月より施行されると、大阪市議会は翌月に臨時中央卸売市場調査委員会を設置、市議会は翌13年（1924）に大阪中央卸売市場の候補地を船津橋北詰安治川沿岸（現福島区野田）に決定した。47名からなる臨時中央卸売市場調査委員会のうち、魚市場代表に杉本又三郎・井上藤三郎（雑喉場市場）、豊田条造（天満魚市場）、西川元治郎（木津難波魚青物市場）らがあり、井上・西川らは「魚に関する展覧会」の実行委員でもあった（【表1】⑦・⑬参照）。そして、翌大正14年（1925）9月25日に中央卸売市場の建設許可が下りるが、既存卸売市場で営業してきた多数の問屋を全て市場内に収容することはできず、認可当初より懸念事項となっていた⁽⁷⁾。

個人問屋の中から選択して市場内に収容する複数論と市場内に単一会社を組織して収容する単一論（＝単複論争）は、昭和3年（1928）9月に完成した市場冷蔵庫の利用から始まった。冷蔵庫利用組合の運用をめぐる生魚問屋間で主張が対立したのである。

単一論者は、①市場商品は腐敗性が高く、売り惜しみや買い占めが出来ず、競りが基本なので市場独占の弊害はない、②中央卸売市場法に精神に従い、過当競争を排除し、流通機構の合理化ができる、③出荷者に対し、不平な呼び値による投機的な出荷を防止できる、④公正標準相場が確立が容易で、荷主に対する仕切金も迅速な点を主張する。一方の複数論者は、①適正な自由競争なのに対し、単一制は市場独占の弊に陥り易い、②単一制は無競争であり、その経営が放漫に流れ、業務に緊張を欠き、顧客に不親切になる、③単一制では卸売人の違反や横暴に対し抑制できないと反論した⁽⁸⁾。

中でも、臨時中央卸売市場調査委員を務め、展覧会実行委員でもある【表1】⑦井上藤三郎（小徳商店）・⑬西川元治郎（ヤマ西）らは豊田糸造（天満市場代表）とともに単一派の急先鋒となった。また、大阪魚市場最大の雑喉場市場代表で単一派の鷺池平九郎（神平商店）は同市場を二分する大問屋の日本水産代理店で、同じ雑喉場市場の膳末次郎（綿末商店＝大洋漁業前身である林兼商店の大阪代理店）と激しく対立しており、漁業資本の主導権争いが背後にあるという見方もある⁽⁹⁾。大阪最大にして、21軒の問屋がある雑喉場市場では経営的に下向線を進む店もあり、多くの問屋が老舗料に基づき中央卸売市場に収容されるのをむしろ望んだ事情があった。単一派が優勢となる理由はそこにあった。

卸売人の単複論争は、昭和5年（1930）9月の雑喉場市場の仲買人による投票の結果、圧倒的に単一派が優勢となる。そして同年11月26日、大阪市の関一市長が裁定を下す形で単一卸売会社、売り場は複数とする主管人制度を導入することで一段落をみたが、多くの問屋を統合して会社を設立するから不服が残ればうまくまとまるものではなかった。そのため、大阪市は、査定に基づき営業権（＝老舗料）現物出資として、各問屋にそれに見合う株券を渡す方式をとった。問屋にとっては直接その利害に関わる問題であるために単複論争以上に関心が高まったとされる⁽¹⁰⁾。大阪市は、査定にあたり慎重さを期すために営業権審議規定の大綱を定め、調査会・審査会・査定会を設けて審査を行っており、【表1】「魚に関する展覧会」実行委員の問屋は、単一会社収容時にはいずれかの委員を兼ねている。また、表中の創立準備委員は、昭和5年12月22日に単一会社創立に関する第一回準備総会場で選出された。営業権査定には還元法（過去数年間の売上高の実績から年間の売上高を出し、これに純利益率をかけて純利益を見積もり、さらにこの金額を公定金利の年五分で還元したものを営業権とする方式）が採られ、大正10年（1921）以後8年間の平均売上高から問屋の総売上高を3000万円と査定、これを還元法で1200万円と査定して問屋の現物出資額とし、別に現物出資600万円を足して公称資本金1800万円の卸売会社が設立された⁽¹¹⁾。その後、大阪中央卸売市場が昭和6年11月によりやく開業した。大阪市場は、京都（昭和2年）・高知（昭和5年）・横浜（昭和6年）に次ぐ4番目で、翌7年（1932）には神戸も続く。いずれも単一卸売会社として開場した。

昭和6年（1931）の大阪魚創立発起人総会では、定款作成と創立委員等の選任があった。【表1】展覧会実行委員の問屋主は、何らかの社内委員に選出され、監査役・取締役・相談役といっ

た役員に任じられた。代表取締役は鷺池平九郎が抜擢された。

単一派で団結する大阪市魚市場聯合会の問屋主は、市場関係者に単一会社としての存在意義をアピールすることを主眼に据え、百貨店の展覧会を計画した。それは三越会場に陳列された出品物から窺われる。

（２）出品資料構成の特色

【表2】は、『うろくづ』掲載出品目録から、出品総数の多い資料順に集計し、資料ごとに出品上位の者を整理した（資料16種のうち上位8種を掲載）。出品総数616点の内訳から特徴的な点を挙げる。

① 当業者に合理的な市場組織をアピールするための情報

単一派が占める大阪市魚市場聯合会の問屋主たちが計画した展覧会であり、業界内に合理的な取引市場としての会社組織体を喧伝する意図が出品構成に反映されている。

一つは大阪市魚市場聯合会の正当性を裏付けるために、古文書・統計資料を積極的に活用している。【表2-a】古文書は総数105点と最多出品である。水産図書や古典籍は、農林省水産講習所教授を務めた岡村金太郎⁽¹²⁾、銀行員勤務の傍ら大阪郷土史家の顔も持つ三宅吉之助⁽¹³⁾らの出品を含むが、市場取引文書や雇用証文といった魚市場の歴史資料が目立つ。それらは大阪市魚市場聯合会や雑喉場市場が出品している。旧態依然たる市場の状況を物証によって示し、新たな会社組織の正当性を示す狙いが看取される。殊に、「雑喉場濫觴記」・「雑喉場開設由緒」といった由緒書の出品はその証左である。主な陳列場所は7階中央北面の壁陳列とある（【図版2】）。

【表2-f】出品総数44点の統計では、大阪市役所産業部が大阪の水産物月別売上・漁獲統計・入荷量と消費額といった情報を開示する。鮮魚鉄道輸送時間統計・卸売市場指定区域内消費額一覧等、鮮魚・塩干魚の1年当たりの消費量と金額・市民消費量が示された。これらは魚市場



図2 会場の文献陳列（『うろくづ』より）

昭和5年魚市場主催「魚に関する展覧会」の背後

【表2】昭和5年(1930年) 魚に関する展覧会出品〔大阪三越7・8階〕 主要学術資料内訳(1)

【表2-a】古文書(全105点のうち)

出品団体・出品者/点数	出品資料名
第1位：大阪市魚市場聯合会／24点	雑喉場濫觴記・歎願書・文政十四年年期奉公契約書・天保十二年主君に対する上納物上納書・生魚商社通商会社鑑札・生魚商社請取書・大鯛網其外貨物証文・金子預り覚・伝馬町組覚・明治五年通船紛失届書・浪速名所・摂津名所・魚市場年行事辞令・魚市場惣行事辞令・銀子預り証・舟借証文・商法司覧・金子預り証・上納金下渡し覚・借用証書・惣年寄呼出状・魚市場寄所覚・文久四年鹽魚乾物代金請取訴状・御用掛惣年寄呼出状
第2位：雑喉場魚市場／15点	御定札箱・岩倉殿へ上納金請上書・嘉永四年日記録・天明三年生魚問屋株願書・天明七年式法帳・嘉永六年問屋定出帳・慶応四年仲間定・文化九年廿六人組商人差入帳・明治四年大阪府控・築地一件・御買差入申状・勘定帳・金銀貸借控・天保元年平均生魚値段記載簿・雑喉場開設由緒
第3位：岡村金太郎(農学博士)／14点	漁村維持法・安房水産沿革史・水産実業録・魚名便覧・日本水産雑誌・水産講談記事・寒泉国鯨肉調味方・水産俗字集・水産一タ話・日本橋魚市場沿革記要・海産論・管詰蒸缶試験始末・水産叢話・漁家永続法
第4位：三宅吉之助(郷土史家)／11点	男女教訓しつけうた・魚づくしせつしょう石・年中惣菜画・魚類精進相撲組合・狸々海老の図・オランダ渡人魚図・黄表紙魚屋人魚図・金魚そだて唄・死絵容姿・掌中市鹽・大だこ七人あま見世物番付
第5位：肥山溪楓(不明)／11点	水産写真3冊・魚鑑2冊・捕鯨図識3冊・水産図解2冊・鯛百珍料理秘密箱2冊・海の幸・魚島切法・魚蟲歌合・魚釣手引草・掌中市鹽・金魚そだて草

【表2-b】参考品(全95点のうち)

出品団体・個人出品/点数	出品資料名
第1位：三仍会／40点	魚に因める絵馬20点・魚に因める郷土玩具20点
第2位：川崎巨泉／21点	鯉のチャンチャン・人魚に関する収集品20点
第3位：熊田氏／13点	魚に関する蒐集品
第3位：大阪市魚市場聯合会／7点	雑喉場商人使用カンテラ・針魚・天狗魚・明治十六年木札・鯨の菌・欧米重要魚市場写真帳・ヤナウナギ網模型
第4位：水産講習所／2点	シャコ貝

【表2-c】標本(全68点のうち)

出品団体・個人出品/点数	出品資料名
第1位：水産新報社／51点	鯛の飼料標本35種・珍魚標本(イタボカキ・クローフィッシュ・偕老同穴・コバンイタダキ・ヤガラ・トウギョ・食用蛙・カムルネー・ウチバエビ・ミノカサゴ・キハウソク・ハコフグ・マダコ・マツカサウオ・ハナオコゼ・フリソデウオ)
第2位：京都帝大動物学教室／14点	メンダコ・ユウレイイカ・乙女の花笠・トリノアシ・ギンザメ・ウナギ稚魚・ホウネンイソ・ハダカイワシ・スピルラ・ホタルイカ・オキナエビス・エスベリオブシス・鐘海綿・偕老同穴
第3位：農林省水産試験所／1点	鯛の発生より生魚となるまで
第4位：島津製作所／1点	鯛の池中飼育標本
第5位：田村啓三／1点	海老同穴

【表2-d】模型(全61点のうち)

出品団体・個人出品/点数	出品資料名
第1位：下ノ一色漁業組合／22点	打瀬網業・牡蛎スクイ万牙・長縄・万牙・鰻万牙・鳥貝万牙・蜆籠・チンミ万牙・貝巻・蜆飾・蛤籠・簀引・七人網・建網・鰻刺目流網・投網・鰻流網・烏賊打瀬網・サヨリ手繰網・打瀬網・藻打瀬網
第2位：清水浦漁業組合／8点	大漁旗・延縄・鈎・信号旗・漕縄・延縄浮・擬餌釣・鮎餌
第3位：水産新報社／8点	トロール網・大謀網・採水器・海水測量機・流測板・透明度板・採泥器・プランクネット
第4位：雑喉場魚市場／5点	鈎・梶木鈎・鮎切包丁一式・手鉤・昔の衡
第5位：吉間楠松・鎌刈豊太郎／各3点	打瀬網・建網・巾着網・桁網実物と模型

昭和5年魚市場主催「魚に関する展覧会」の背後

【表2】昭和5年（1930年） 魚に関する展覧会〔大阪三越7・8階〕 主要学術資料内訳（2）

【表2-e】巻物・掛物・版画類（全47点のうち）

出品団体・個人出品/点数	出品資料名
第1位：井葉野竹次郎（不明）／12点	国芳（讃岐院眷属をして為朝を救う図・龍宮図・大海鯨図・七浦大漁繁昌図・玉取海人・山海名産画・鬼若丸鯉退治・西塔鬼若丸）、広重（鮎・鯉図）・英泉（鯉図）他
第2位：大阪市魚市場联合会／10点	応挙（鯉図）・竹雲こち禮状・水族集・其山（龍宮図）・西宮戎神社祈願による大漁由来書・福神図・公長（海老図）・上田愛山（九州捕鯨図）・堺魚市図・難波百景之内雑喉場
第3位：柳屋支店／6点	芳艷（金太郎画）・広重（諸国名所百景の五島捕鯨図・魚づくし）・春扇（汐干狩図）・英泉（鯉図）・豊国（鯉つかみ）
第4位：岡田支店／6点	国貞（昏気楼）・国芳（龍宮遊魚芸づくし・浅草奥山人形・鯉）・広重（海老図）・五渡亭
第5位：川崎巨泉（おもちゃ絵画家）／5点	唄子（人魚の歌）・平凡（人魚の図）・星村（人魚の図）・晚霞（人魚の図）・今戸精司（人魚の図）

【表2-f】統計（全44点のうち）

出品団体・個人出品/点数	出品資料名
第1位：大阪役所産業部／15点	大阪市食料品出入状況・大阪市営小売市場魚類売上高月別・大阪市公設市場生魚売上高・大阪市公設市場鹽乾魚売上高・大阪府下主要水産物漁獲一覧・六大都市鮮魚集中心力比較・主要漁業地集散地鮮魚大阪市入荷一覧・鮮魚小売価格一円の解剖・魚の一番美味な期節・鮮魚鉄道輸送所要時間一覧・大阪市内一人一日当別食物消費量・大阪市鮮魚消費趨勢一覧・七種新鮮食料品集散一覧
第2位：大阪市立衛生試験所／14点	昼食弁当の食量及質・子供の保健食料・栄養と弁当成績の比較・学童弁当はどの位悪いのか・最も多い副食物の種類・年齢に適合した弁当箱・鯉の期節に依る成分の変化・各種蛋白質を與へた時一ヶ月後の体重増加・海藻類の成分と栄養価・魚の成分と栄養価・貝類其他の成分と栄養価・色分けした魚の成分・魚肉の調理による重量の変化・魚類のビタミン含有量
第3位：朝鮮総督府／6点	種類別製造高累年比較・水産製造高総計累年比較・水産製品輸移出累年比較・鮮魚輸移出額累年比較・漁獲総計累年比較・重要漁獲物累年比較
第4位：長崎県水産会／3点	昭和四年長崎鮮魚消費状況・長崎市魚売上統計・長崎市魚発送統計
第5位：大阪鉄道局・農林省水産局／各2点	大阪市内各駅着鮮魚噸数・大阪市内各駅発鮮魚噸数・五大強国冷蔵船比較図・世界主要国冷蔵庫比較図

【表2-g】写真（全41点のうち）

出品団体・個人出品/点数	出品資料名
第1位：大阪役所産業部／13点	英アバーデン魚市場写真・東京築地魚市場写真・建築中の大阪中央卸売市場写真・大阪市中央卸売市場冷蔵庫写真・建築中の大阪市中央卸売市場全景・京都市中央卸売市場写真・神戸市中央卸売市場模型写真・神戸駒ヶ岳魚市場写真・東京市中央卸売市場築地鳥瞰図・釧路港鮪積写真・釧路港鮪陸揚写真
第2位：早稲水産研究会／11点	トロール漁業に関する写真
第3位：大阪鉄道局／8点	鮮魚輸送に関する写真
第4位：雑喉場魚市場／3点	雑喉場市場写真
第5位：釧路港共同魚菜市場／2点	鮪冷蔵庫積込の光景・釧路鮪受渡光景

【表2-h】実物見本（全28点のうち）

出品団体・個人出品/点数	出品資料名
第1位：日本ドライアイス（株）／8点	ドライアイス貯蔵箱・アイスクリームボックス・バーラ冷蔵庫・アイスクリームキャビネット・ドライアイス利用ショーケース・ドライアイス利用家庭冷蔵庫
第2位：陸軍糧秣廠／5点	缶詰内容見本と製品（鯖・鯉・鰯・鮪）・不良缶詰見本
第3位：大阪瓦斯会社／3点	瓦斯冷蔵庫・瓦斯蒲鉾焼器・瓦斯魚焼機
第4位：三越百貨店・東京電気会社／各1点	スノーランド冷蔵庫・GE電気冷蔵庫
第5位：大阪市立衛生試験所／1点	大人一人当たり必要なる魚の量を示す実物見本

※大阪市魚市場联合会編 1932『うろくづ：「魚に関する展覧会」記念録』19～32頁より作成

の実績を語る統計で、主に会場7階、水族館魚槽背後の壁面に陳列された。

また、写真・地図・模型等により視覚に訴えながら魚市場の現況が紹介される。大阪市役所産業部は、建設中の大阪中央卸売市場全景や冷蔵庫の写真に加え、既に開業中の京都卸売市場、この時点でまだ開業していなかった神戸・東京卸売市場の写真も提供した。また、大阪鉄道局は鮮魚輸送写真8枚を提供した。これらも主に会場7階、水族館魚槽背後の壁面に陳列された。表には見えないが、大阪市役所産業部出品の市内市場分布図、大阪魚市場出品の市場古地図類の出品も同様の意図が色濃い。大阪市魚市場聯合会は、こうした統計・グラフ・写真や大阪中央卸売市場大模型を水産講習所・大阪市衛生試験所の出品と並ぶ「本会主要のもの」で、「我々市民の常識として知つて置かねばならぬ」と位置付けた。

② 消費者に水産知識の普及と魚食奨励を促す工夫

但し、市場関係者向けの情報だけを紹介していた訳ではなく、趣旨文にある通り「一般消費者に訴へて魚の智識を普及」させる工夫も凝らし、消費者（＝大阪市民）の関心を惹いていた状況が窺われる。

まず、参考品・標本・模型・油絵等の魚類にまつわる実物や二次資料を充実させた。【表2-b】参考品は総数95点と古文書に匹敵する多さで、絵馬や郷土玩具はじめ、奇を衒った鯢の歯も揃えられた。大阪のおもちゃ絵画家として知られる川崎巨泉⁽¹⁴⁾は人魚洞と名乗り、人魚に関する錦絵・ポスター・封筒・絵葉書・燐寸・外国雑誌等の収集家で、展覧会にも20点程出品した。人魚図5点（掛物・版画類）も出品している。一方、主催者の大阪市魚市場聯合会はカンテラ・木札等を出品した。参考品の多くは会場7階中央北西壁面に陳列され、「従つてここには美術家、趣味家、研究家が徘徊去り難き姿に充ちていた」と振り返る。

さらに、資料の陳列以外の手段として、講演・即売部・活動写真上映・水族館がそれぞれ企画された。水族館や即売部は7階に、食堂内では、大阪市衛生試験所・陸軍糧秣支廠より講師を招いて講演会が行われた。活動写真の映写も連日実施され、活動写真フィルム全16点が食堂内で映写された。

これらの陳列を計画したのは、単一卸売会社設立に向けて営業権査定委員を務め、大阪魚設立後に役員・各委員に抜擢される問屋主である。外部協議委員から提供されたノウハウ・資料を生かして展覧会が作り上げられたと言える。

（3）大阪市民に単一卸売市場会社を知ってもらい、賛同を得るための展覧会

大阪市魚市場聯合会は、建設時の中央卸売市場全景写真・市場分布図・大阪中央卸売市場大模型をはじめ、既に開業中の京都卸売市場や、当時はまだ開場されていない神戸・東京卸売市場の写真等、魚市場資料を充実させることで当業者に単一卸売市場会社をアピールする狙いが見えてきた。聯合会は、魚市場の過去・現在・未来を物語る資料を大阪市役所産業部等の協力のもとに蒐集したことになる。趣旨の「時機に應ぜる魚食宣伝等は、需要を増進せしめ生産を助長する事尠しとしないのであるが、かかる緊要の一事すら、旧来の如き分散的な市場組織を以てしては不可能の事」という記述は、大阪市魚市場聯合会が経営に着手する卸売市場を衆知させるメッセージの反映と看做せる。

その一方で、多くの来観者は、魚食奨励や魚知識の普及のために会場に揃えられた資料に一層の好奇心を掻き立てられた様子が記述や写真から窺える。家庭料理の改善に役立つ情報を拾い読みしたり、珍奇な魚類標本や参考品に吸い寄せられたり、呼び物としての水族館や味覚に訴える即売品に群がったりする場内の光景が見えてくる。但し、大阪市魚市場聯合会は、その状況すらも織り込み済みで計画したと考えることができる。

魚市場聯合会があえて百貨店展覧会の開催に踏み切った理由は、むろん娯楽機関として百貨店に寄せる期待が高い⁽¹⁵⁾ことはもとより、大勢の消費者が集まる百貨店がメディアとしての役割を担っていたことも重要である。

後者の側面に関しては、卸売人の単複論争そのものが、大阪市民の関心事にすらなっており、魚市場聯合会としても消費者たる大阪市民の賛同を得ておく必要があったものと判断される。その手がかりは、「卸売人単複問題」の過程を紐解く中で酒井亮介が注目する「単複闘争のプロフィール」である⁽¹⁶⁾。冒頭部は、

「中央市場の単複てなんやー」

「なんや知らんけど、おほかた利権の奪ひ合ひやら」

こんな会話が大阪市民の口の端にのぼり出したのは、昭和四年から五年にかけてである。火華を散らすやうな単複両派の抗争が、道行く人に演説会のビラとなり、或は新聞の三面記事ともなつて、市民の視聴をそばただせたことが、今まで中央市場といふものに何等の智識や、関心を持たなかつた市民に、ホンの輪郭的ではあるがその存在を意識せしめてきたのである。しかし、未だ、中央市場といふものはどんなものであるか、どうして出来るのであるかといふ事は、全然わからなかつた。従つて中央市場の単複問題などについては、宛も赤ン坊に文字を教へるにひとしいものであつた。血眼になつて、死者狂ひになつて争つてゐる両派の闘争を、判らずながらも冷眼視してゐたことは事実だ。これは、少数たるが故に市民の支持を得ようとした複数派にとつては、大なる失望であつた。この失望は、複数派の闘争神経を、より尖鋭ならしめ、単複両派の争ひをして、益々救ふべからざる溝渠を醸成せしめたのである。

と始まる。この報道では昭和3年（1928）市場冷蔵庫の利用組合問題を受けて、複数派の急先鋒・雑喉場市場の膳末次郎（綿末商店）が主導した大阪市場研究会結成の動きを詳述しつつ、翌4年（1929）9月に発足した大阪三魚市場有志50名余らによる大阪市魚市場聯合会にもふれる。単一派は、大阪商工会議所での懇談会を経て、12月に第1回総会を開き、鮮魚卸売人として一会社に収容されることを期し、複数会社の収容には応じないと決議した。同4年末頃は単複両派ともに市会議員・商工会議所議員・代議士等への請願運動や、東京の関係官庁への陳情等に奔走する熾烈ぶりを伝える。

この報道の中で、複数派が小売商人と木津・天満魚市場の存置派（＝分場設置論者）を糾合して氣勢を上げ、既存市場の地主、家主を主体とする発展期成会、及び青果・鮮魚等の小売商組合を一団とする複数期成聯盟を組織し、盛んに演説会を行った動きに注意したい。それを、

就中、既存市場の地主、家主を主体とする発展期成聯盟及び青果、鮮魚などの小売商組合を一団として複数期成聯盟を組織し、共同戦線を敷いて旺んに演説会を開いたこと

は、市民の中央市場に対する関心を誘起せしむるためには効果的であつたかも知れぬ。一方、単一派の魚市場聯合会は、複数派が演説会に、宣伝にヤツキになつてゐるに対し、業界の大勢すでに決せり—といふばかりに馬鹿に落着き（内面的には猛烈な運動はしてゐたが）を見せて、「吾々は争ふことが本旨ではない、魚食の宣伝が大事だ」と昨年の四月一日から十日間、三越で魚に関する展覧会を開いて、あつぱれ単一派の襟度振りを示したのも思ひ出の一つである

と振り返る。実際、複数期成聯盟は、単一制反対のビラを演説会の場で配布し、「敢て消費大衆の審判に訴ふ 世界に類例なき食料品民間営利独占会社生れんとす」といった挑発的な文言で市民の注意を喚起した⁽¹⁷⁾。一方で、同時期の単一派擁護論者の中には、単一会社化される中央卸売市場によって小売価格が標準化され、「消費者の食欲を刺激する」という主張も見られる⁽¹⁸⁾。これらの事例から、報道を通じて消費者でさえも「卸売人単複問題」や卸売市場の動向を見守っていた状況が看取できる。

それを物語るように、『うろくづ』54～59頁には「合理化される配給機関」として中央卸売市場模型を図版挿入した上で、生産者と消費者の利益が7項目にわたり列挙されている。

この点から、大阪市魚市場聯合会は、演説会でビラを撒く複数派への対抗手段として、より不特定多数を誘客することが可能な百貨店展覧会を積極的に利用し、単一会社化される中央卸売市場の機能を平易に説くことを目論んだと考察される。報道文言には「単一派の襟度（＝心の広さ：筆者註）振り」とあるが、聯合会側に打算が働いていたと考えるべきである。

2 昭和12年「魚に因める展覧会」と前展覧会との比較

大阪市魚市場聯合会が母胎となり、昭和6年（1931）に大阪魚株式会社が創立される。その後、大阪魚は、同12年（1937）「魚に因める展覧会」を阪急百貨店で開催する。だが、同展覧会は、趣旨や出品構成で「魚に関する展覧会」とは様相が異なる。本章では、「卸売人単複問題」終息後の百貨店展覧会の変容ぶりを『記念誌』より見ていく（引用部分は断らない限り同誌による）。

（1）開催趣旨と背景

昭和6年（1931）創立の大阪魚株式会社の事業は、魚介類の卸売を行い、市内と近郊の魚需要を満たすことにあった。会社の業務は生産業者と仲買買出人との仲介のみで、委託販売（競り売）による手数料が会社収入である。会社の売上高は、昭和7年（1932）2万907円、同10年（1935）2万7213円、同12年（1937）3万1469円、同14年（1939）4万6560円と着実に伸ばしていった⁽¹⁹⁾。

会社の売上げが3万円台に到達した同12年（1937）、大阪魚は「市民保健運動の一つとして、魚食奨励による一般市民の体位向上を期し、一面我国水産業の隆盛を促すため、大阪梅田の阪急百貨店8階催場にて「魚に因める展覧会」を開催する。会期は4月23日～27日の5日間であった。会期に先立ち、数度の打合会が社内では実施された。打合会は大坂魚宣伝係員の進行により、大阪魚社員（旧問屋主）が会場の装飾と模型部・出品物陳列部・展覧会宣伝部・印刷物

の作成配布部・珍魚奇魚の標本部・魚の習性と闘争図表部・魚の味と栄養図表部・鯛百珍料理部・細工蒲鉾部・魚と年中行事部・魚に関するお祝品部・魚に因める趣味部・魚の郷土玩具部・魚の贈答容具部・季節の魚と料理の写真部・魚に関する統計図表部・茶席及食堂部をそれぞれ分担協議した。前展覧会とは異なり、社内の部門チームを発足させた。会場装飾は、阪急百貨店広告部との折衝の上、劇作家の食満南北⁽²⁰⁾の創意によって「全場を春の海底化し、中央に龍宮城と乙姫の大模型を拵へ、壁面に珍らしき習性を現した魚や悽愴なる争闘を演ずる魚を画きし図を掲げ、其前には珍奇な魚の剥製標本を列べ場内に一歩足を入るれば宛ら龍宮に遊びし浦島太郎の如き感に浸らせる計画」とした。

大阪魚が刊行した別の文献『海洋の富源』（1940年）には展覧会を、

殊に支那事変以来我国の皇威が益々全世界に輝いて来るにつれて、海といふものが、国防の上にも国力の上にも大切で、日頃食膳に運ばれてゐる魚は勿論、それ以外の魚が我国の水産業の上に重要な地位を占めてゐることを知つて置かねばならない

とみえ、日中戦下の国力増進に向けた魚知識の普及意図も込められていた。その反面、前展覧会のように、市場会社を喧伝する意図は薄らいでいる。中央卸売市場鮮魚部門の単一会社として売上実績が上昇しつつあった当時、魚食奨励と水産業の発展のために「市民の誘致と、本社の事業紹介に鋭意宣伝網を全市及び関係各方面へと向つて張る」方針にシフトした。そのため、宣伝活動にはかなり積極的で、活字での広報・案内として、『水産新報』・『大阪中央市場新聞』・『在阪日刊新聞』学芸欄・社会面に会期中の状況を掲載した。また、展覧会概要と俳句と絵画・新作陶器が掲載された案内絵葉書も作られた。社員に対しては7階食堂（竹葉亭）での鯛御飯試食券・茶席招待状が発送された。更に、大阪中央卸売市場内にも展覧会が宣伝され、本館屋上から長さ47尺の赤地白抜きの吊下げ宣伝大幕を吊るし、併せて場内売店屋上からも長さ10尺の幕を吊り下げた。阪急百貨店側も淀屋橋・湊町の阪急ビル壁面に展覧会広告を掲示したり、地下鉄各駅構内の阪急百貨店広告掲示面での貼付や阪急梅田駅構内・エレベータ内外・階段の催物掲示場への掲示等、全面的に協力していた（【図版3】）。

大阪魚は、この展覧会を「魚鳥期の宣伝に就いて、ポスター、小冊子等も見られたが、全市の視聴を集める強靱な宣伝には展覧会開催を以つて最上なるもの」と認識していた。7年前の「魚に関する展覧会」同様に百貨店のメディアとしての役割に期待しつつ、より広報活動に注力したことが読み取れる。

（2）出品構成にみる「魚に関する展覧会」との共通点と相違点

展覧会のコンセプトは、①「形態的に奔放な魚類を或は美術化し、或は芸術的に粉飾して、観賞部門よりも魚に対する智識を高める」、②「科学的に見た魚の智識の平易化、趣味化された魚の工作物、調理としての魚の味覚等、縦から横から見た魚を一堂に蒐集し、社会各層に呼びかけ魚の智識を市民に普及する」もので、会場を二分し、「諸名家会心の傑作品」（新作美術）が西方、「学術的資料並に魚食奨励の参考部門」は東方に配置された。

【表3】より出品構成の共通点と相違点を「魚に関する展覧会」と比較しつつ掴みたい。



図3 魚に因める展覧会の各種宣伝（『同展覧会記念誌』より）

ア) 共通点

社内の部門チームが発足したとはいえ、出品にあっては一部、外部指導者や蒐集家との連携が見られる点は前回と共通する。

出品では、全国の郷土玩具を山本勝次が55点、仙波久栄が5点、魚に関する贈答品を渋谷利兵衛（慶明会等の奉仕事業に尽力）が14点出品した。但し、大阪魚側も魚を贈る人の慶事や季節の魚と料理紹介コーナーに写真を準備し、陳列ブースを作り上げている。それでも前回と比べれば蒐集家への依存度は低く、社内チームを中心に資料が多く蒐集されたようである。

外部指導者との連携で注目されるのは、「魚に因んだ趣味」ブースにて魚が詠みこまれた長唄・清元常盤津・義太夫の歌詞節調を稽古本・錦絵・写真等を紹介する際、劇作家・画家の食満南北に指導を仰ぐ形で立案されている点である。食満は、魚を食する年中行事12景製作も発案した。これは、後部に朱縁の色紙立てを置き、金銀雲絹の色紙に絵と句を書いた上で前方に行事を象徴する置物を配した仕掛けで、イセエビ・カナガシラ・半夏生蛸・鰻・鯖を用いた年中行事が紹介された。前展覧会でも外部指導者が協議委員に加わり実行委員（問屋主）と協働した点を見たが、同展覧会でもそれは共通している。食満は、大阪魚刊『魚秋の巻』（1934年）・『魚春の巻』（1935年）編集にも展覧会以前より携わっており、既に会社との接点があった。

イ) 相違点

「魚に関する展覧会」と異なる点は、第一に、阪急百貨店第3期改築時（昭和7年）に結成された充美会の構成店舗・坂田作次郎商店（大阪市東区高麗橋）店主坂田作次郎と大阪魚が協議

昭和5年魚市場主催「魚に関する展覧会」の背後

【表3】昭和12年 魚に因める展覧会〔大阪阪急百貨店会場〕出品物概要

出品内容	出品種類	具体的内容
A. 美術作品	〔1〕俳句に現れた魚	・島道素石が揮毫し、句作した作品の展示即売。軸装（縦横）にしたもので、正月の句4句・春の句17句・夏の句12句・秋の句7句・冬の句10句あり
	〔2〕魚の絵掛軸	・須磨対水画伯（大阪画壇の宿老）の作画によるもので、総数60点（半折19点・横物41点）からなる
	〔3〕魚に因んだ作陶器	・永楽焼（永楽善五郎作）：総数60点 ・今戸焼（白井半七作）：総数38点 ・九谷焼（須田青華作）：総数42点 ・膳所焼（岩崎健三作）：総数21点
	〔4〕魚に因んだ趣味	・魚が詠み込まれた長唄・清元常盤津・義太夫の歌詞節調を紹介。劇作家・食満南北の指導により、稽古本・錦絵・写真等を配列
	〔5〕魚の郷土玩具	・北は青森から南は鹿児島までの郷土玩具を収集、郷土人形には、伝説に基づき工芸用に作られたもの・寺社仏閣より授与されたもの・農村や名勝地での農民芸術として生まれたものがある（山本勝次郎出品：総数55点・仙波久栄出品：総数5点）
B・学術資料 魚食奨励	〔1〕珍魚と奇魚の標本	・大阪魚株式会社が所蔵する標本に加え、風流魚・ナガタチカマス等の各種新蒐集品を追加して陳列 ・一般に日常食とされている魚類でも面白い習性のもの・雌雄の識別や味覚と季節との関係を標本で説明し、魚類への関心と知識普及に努めた
	〔2〕魚の習性と争闘図解	・果てない争闘の世界を図解で示し、その前に珍魚・奇魚・食用魚標本を陳列（18事例を紹介）
	〔3〕魚の味と栄養に関する図表	・大阪市立衛生試験所が出品（壁面パネルに掲示）
	〔4〕魚を用いた料理	・阪急百貨店鮮部の出品：牡丹鮓・桜鯛鮓 ・鯛百珍料理及び細工蒲鉾
	〔5〕魚と年中行事	・魚食王国日本では魚に関する年中行事が毎月行われており、魚に因んだ行事として紹介。食満南北の発案で12景が組み立て
	〔6〕魚に関するお祝い品	・古来より祝事に鮮魚を贈る風習があり、そこから一歩進めて、魚を素材に作られた容器・飾り物類の贈答用品を陳列 ・お祝い品の鮮魚14点出品：関西で有名な竹籠師・竹香園早川広三作の魚籠と大阪魚株式会社が発案した魚箱を陳列（希望者に頒布） ・魚を贈る人の慶事（誕生・初節句端午・雛祭・七五三祝・入学・卒業・入営・開店・上棟式・新築落成・議員当選）も紹介
	〔7〕魚に関する統計図表	・直近3ヵ年（昭和8～11年度）の主要鮮魚の入荷量・消費量を比較図示
	〔8〕その他	・展覧会会場7階和食堂・竹葉亭での魚島鯛飯の提供（大阪魚株式会社が送付した試食券で試食サービス実施） ・6階福寿荘にて茶席を設け、毎日交代で茶匠が出席（招待客に茶を振舞う）

※大阪魚株式会社編 1937『魚に因める展覧会記念誌』より作成

して方向性を決定した点である⁽²¹⁾。百貨店美術部関係者が展覧会に関与していることがわかる。第二に、新作美術品は会場で全て即売されたことである。【表3】が示すように、美術作品は、島道素石が揮毫した句作50点、大阪画壇の宿老とされた須磨対水による魚の絵掛軸50幅、さらに永楽焼の永楽善五郎・今戸焼の白井半七・九谷焼の須田青華・膳所焼の岩崎健作らが製作した魚に因んだ作陶器161点が展示即売された（【図版4】）。絵掛軸50幅のうち19幅は半折画で、明治40年（1907）以来、大阪三越新美術部がリードした展覧会スタイルを水産美術作品展として取り入れている⁽²²⁾。4月26日（開催4日目）には、「至大の好評を博したる此の展覧会の人足は連続して絶えなかつた。美術部の売約も目立って多くなった」とある。第三に、自社で蒐集できる資料は極力、自社で調達している。殊に珍魚・奇魚の標本は、自社の蒐集資料が活用された。80種以上からなる標本陳列は、「来観者に絶大の好評を博し、毎日開場から閉場迄の間、何時も満員で順次列をなして、観覧者は押合ふ盛況であつた」とある。第四に、味覚に訴える会場演出の充実である。八十八夜戦後の鯛の旬（魚島期）をはじめ、漁獲物の種類が多い時期に展覧会を当て、魚の郷土料理が味わえるコーナー（市内5店舗出店）や細工蒲鉾の陳列、和食堂・竹葉亭（7階）での魚島鯛飯の提供（事前に試食券配布）、更に会期中は招待客に対して福寿荘（6階）での呈茶もあり、毎日交代で宗匠が出席した。茶席の道具は「悉く魚に由緒あるもの許り」が選ばれた。「開場以来細工蒲鉾や豪華、鯛百珍料理は、料理の専門の人々が

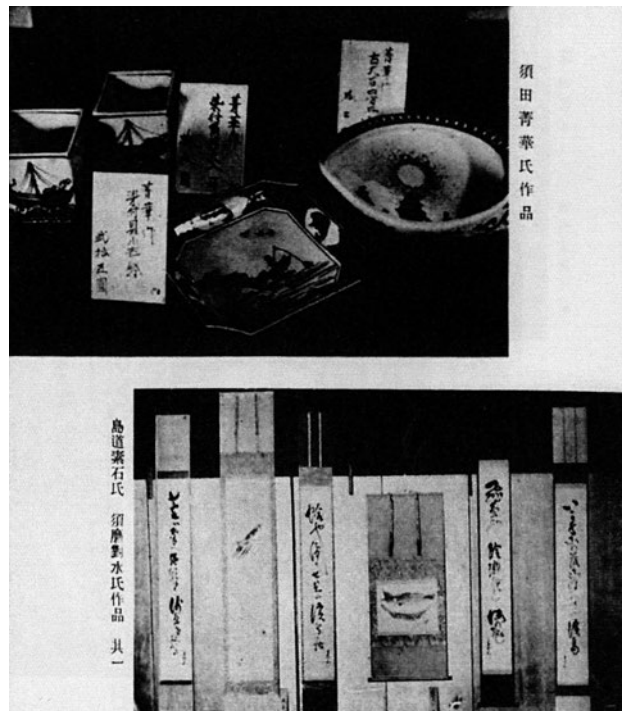


図4 新作陶器・魚の絵掛軸陳列光景（『同展覧会記念誌』より）

注意深く観て行く姿は、なかなか熱心なものであり、婦人達が大いに興味をそそるもの」と伝える。前展覧会でも即売部コーナーは設けられてはいたが、食堂が講演・実習会場として利用されていたのとは対照的である。

以上より、大阪魚は、社内に発足した部門チームが主体となり、大衆路線の阪急百貨店内に設置された美術部の関係者との協議の末、外部指導者の協力も得ながら構想を具体化した状況が浮かび上がる。殊に、味覚に訴える演出の充実や百貨店美術部では常套手段となっていた新作美術品の展示即売を“新しい試み”として中心に据えた点が特筆される。これらの試みは大阪魚が問屋収容をめぐる単一派・複数派の睨み合いから脱却し、卸売会社として軌道に乗ることと初めて本格化する手法なのであった。

結語として

「魚に関する展覧会」の翌年（1931）には上野松坂屋にて水産展覧会が開催されるが、魚市場の主催ではなく、趣旨も異にしている⁽²³⁾。「魚に関する展覧会」は、「卸売人単複問題」で思惑が一致する問屋主らが実行委員となり、水産会社経営者、水族館経営者、郷土史家等との提携のもとで計画される点に特徴があった。開催の背後には、複数派が単一会社に反対する動きだけでなく、大阪の「卸売人単複問題」特有の複雑な構図⁽²⁴⁾にも後押しする要因があったと考えられる。

「卸売人単複問題」の渦中、展覧会場では殊更、魚市場の情報が重視され、配給機関としての単一卸売会社の正当性が業界内に強調されていた。その傍ら、魚食奨励や魚知識の普及も図られ、多くの来場者は実物資料はじめ、即売部コーナーや水族館、活動フィルム上映等の呼び

物に惹き寄せられることとなった。しかし、主催者側はそれも織り込み済みで計画したと考えられる。理由は、「卸売人単複問題」そのものが大阪市民の関心事となる中で、単一会社としての業態をアピールし、より多くの消費者の賛同をも得ておく必要から、百貨店展覧会という「戦略」に打って出た様相が窺えるからである。つまり、展覧会が世論形成の装置として利用されたのであり、上記の呼び物もまた、その一環であったと理解できるのである。

冒頭の水族館に戻れば、昭和初期には恣意的に名乗りを挙げた例も多く（鈴木2001）、こうした魚問屋特有の事情を背景として併置された百貨店水族館も稀にあったことになる。「不眠不休」で水族館を維持しなければならなかったその裏には、珍奇な実物資料と並んで多数の誘客を見込める仕掛けを守り抜く、魚問屋の打算があったのである。

大阪魚株式会社は、日中戦争までに順調に売上げを伸ばし、国力増進に向けて魚知識の普及をすべく再び展覧会を開催するが、会社の立ち位置によってその様相は一変した。二度目の主催展覧会は、百貨店美術部や外部技術指導者と協議しながら、味覚に訴える演出の充実や百貨店美術部で常套手段となっていた新作美術展示即売に舵を切っており、そこではもはや、7年前のように魚市場資料が重視されなければ、水族館も再建されることはなかった。

戦後初期、同社は複数制として再出発する⁽²⁵⁾が、占領米軍の独占禁止法・集中排除法等の経済民主化政策によって「卸売人単複問題」が再び表面化することはなく、こうした短期間の展覧会が繰り返し開催されることもなかったのである。

註

- (1) 大阪魚は協賛展覧会として、博物展覧会（昭和9年6月6日～12日／阪急百貨店）、魚の展覧会（同10年3月26日～4月3日／阪神パーク）、海の智識と水産品展覧会（同11年5月26日～6月7日／大阪難波高島屋）、動物の驚異展覧会（同11年8月29日～9月4日／大阪心斎橋高島屋）、家庭廃物利用展覧会（同13年10月1日～7日／大阪三越）、商店革新展覧会（同14年11月7日～12日／大阪三越）に参加（大阪魚株式会社編 1940『海洋の富源』）。
- (2) 三越呉服店大阪支店が復活開店したのが明治40年（1907）5月で、同年9月に新美術部が新設、日本画・洋画・彫刻の陳列販売が行われた（東京本店の新美術部設置は同年12月）。展覧会は、日本画の「半切画展覧会」が大阪で同41年（1908）、東京で同43年（1910）開催、洋画展覧会も常に大阪が東京本店に先行する（津金澤聰廣「百貨店のイベントと都市文化」（山本武利・西沢保編1999『百貨店の文化史 日本の消費革命』世界思想社）。
- (3) 藤原九十郎は大正11年（1922）京都帝国大学医学部研究科修了後に大阪市立衛生試験所長、昭和10年（1935）大阪市保健部長等を経て、同21年（1946）厚生省医務局東海北陸医務出張所長を務めた。京都帝国大学在学中は「昼と衛生」を研究し、大阪市立衛生試験所長時代も住環境を調査。特に労働者の住宅問題を視野に入れて保健衛生調査・煤煙調査を行い、施策化した（樋上恵美子 2011「戦前の大阪市保健事業と藤原九十郎」『大阪の歴史』76）。
- (4) 入江来布は大阪市南区難波新地で入江呉服店を営む新助の三男。藤澤南岳（1842～1920

／儒学者)に漢学を学び、絵画・歌舞伎・文楽等も親しむ。俳人としては、明治38年(1905)20歳で俳句同人会「宝船」に入会。大正4年(1915)大阪市役所産業部に奉職し、昭和13年(1933)5月末に退職(在職18年)。大阪市観光係長として大阪の文化、芸術振興に奔走。その間、台湾・朝鮮・満州視察や、昭和8年(1933)に大連市主催満州大博覧会の大阪館責任者を務めた(角野京子 2020「俳誌「梅花」創刊主宰－入江来布の功績」『俳句文学館紀要』21(のち、『俳句史研究』27に再収))。

- (5) 飯山太平は茨城県真壁町農家門太の長男。水産講習所に進学。大正9年(1920)に下関に設立された早稲水産研究会にて水産加工に従事。ここで飯山は、三陸産の竹輪を量産販売しようと計画、日本竹輪製造所を設立。竹輪製造の過程で大量の魚肉残滓問題を解決するためにアメリカからミーキン式ミール機械を導入し、フィッシュミール生産を開始し、日本食糧株式会社を設立(記者 2014「水産偉人伝 飯山太平－初代水産庁長官にして水産翁」『水産界』1548)。
- (6) 高碓達之助は大阪府高槻市で農家・紺屋を営む松之助の次男。水産講習所に進学し、ここでは製造科に飽き足らず独力で北里柴三郎の研究所や吉岡哲太郎の下で学び、食品加工に必要な学問を身につける。同所の製造科主任・伊谷以知二郎との出会いから卒業後は明治39年(1906)東洋水産(軍用を主とした缶詰製造会社)の技師として奉職。大正6年(1917)には東洋製缶を設立(島津淳子 2011「清廉経営を実践した水産講習所出身の企業家・高碓達之助と中島董一郎」『法政大学イノベーション・マネジメント研究センターワーキングペーパーシリーズ』116)。
- (7) 大阪市経済局中央卸売市場編 1952『大阪中央卸売市場二十年史 上巻』
- (8) 大阪魚市場株式会社編 1978『大阪魚市場株式会社三十年史』
- (9) 日本水産は複数制を前提に共同清算機関の設立を提唱するが、後に単数制を容認し、この推進者に神平商店(雑喉場)の鷺池平九郎がいた。日水が単一制に傾斜した理由は、既に全国主要都市に販売所を持ち各魚市場で重要な位置を占めていた点や、単一制でも複数の売場が設けられれば販売競争は行われ、代金決済が確実な点を見越していたためであるとされる。一方、下関・長崎・福岡のトロール・底曳網業者は林兼商店(明石の鮮魚仲買運搬業者で急成長／大洋漁業の前身)の中部幾太郎を委員長に立て、大都市中央卸売市場単一制反対委員会を結成した。林兼商店は京都と大阪に販売代理店を置き、大阪の代理店が綿末商店(雑喉場／膳末次郎)であった(片岡千賀之 2021「大阪魚市場の近代化－魚問屋・卸売人の事業変容を中心に」『漁業経済研究』64-2・65-1合併号)。
- (10) 久井四十一 1986『魚市場に生きて 六十年を顧みる』大阪魚市場株式会社
- (11) 註(8)に同じ
- (12) 岡村金太郎は明治24年(1891)より水産講習所講師。官立移行後の同39年(1906)教授。大正13年(1924)～昭和6年(1931)まで同所所長。海藻学の開拓者。江戸時代の初等教育教材に用いられた往来物研究でも知られ、『往来物分類目録』を著す(板倉聖宣監修 2014『事典日本の科学者 科学技術を築いた5000人』日外アソシエーツ)。
- (13) 三宅吉之助は大阪高等商業学校卒業後、銀行勤務。退職後は地主収入を基盤に考古遺物

- (主に瓦・土器)蒐集に没頭。大阪史談会会員として考古遺物や歴史遺蹟の見学会に参加。古書蒐集家としては、「若手では靉文庫の三宅吉之助君が硬軟何でも御座れで筆頭」(『あのな』戊辰1月号、1928年)とされた(『甲陽学院所蔵旧「宇津保文庫」考古資料目録』学校法人辰馬育英会甲陽学院高等学校)。
- (14) 本名末吉。13歳で大阪の浮世絵師・中井芳瀧の門に入る。明治30年代には商業・新聞広告の下絵等を手掛け、玩具蒐集は同36年(1903)より始めた。大正5年(1916)には西区南堀江で玩具画個展を開催し、趣味人の注目を浴びる。以降、玩具画デザイン・製作で昭和前期まで活躍(森田俊雄 2007「おもちゃ絵画家・人魚洞文庫主人川崎巨泉のおもちゃ絵展とその画業の周辺について」『大阪府立図書館紀要』36、同 2012「没後七十年川崎巨泉とおもちゃ絵—『郷土の光』へのあゆみ』『大阪春秋』40-2)。
- (15) 呉服店は、「主として民衆娯楽を主眼としつつ、デパートメント式を利用して且つ夫れ自家営業の隆盛を計り、時に応じては社会民衆の為に有益なる会合即ち展覧会講演会其他を主催し若くば為に開放する設備」と紹介される(中川倫 1923『新大阪大観』新大阪大観刊行所)。
- (16) 近江笛郎 1931「単複論争のプロフキル—市場余談」『大大阪』7-3
- (17) 演説会ビラ(大阪市中央卸売市場本場資料室蔵)の全文は酒井亮介2008『雑喉場魚市場史 大阪の生魚流通』成山堂書店、324頁に掲載。
- (18) 曾根崎老人 1930「大阪中央卸売市場卸売人収容問題—単数制か複数制か その一」『大阪時事新報』第6巻(記事番号27-1) 6月17日記事(神戸大学デジタル版新聞記事文庫公開)
- (19) 『日本会社史総覧 下巻』東洋経済新報社、1995年
- (20) 食満南北は明治13年(1880)堺櫛屋町酒造家に誕生(本名貞二)。早稲田大学に一時在籍し、坪内逍遙に教えを受けたとされる。東京歌舞伎座の作者部屋に入り福地櫻痴に師事するが、明治39年(1906)役者とのトラブルで東京を去る。同42年(1909)林長二郎の口利きで大阪松竹に所属。歌舞伎や文楽の新作や脚色を行う傍ら、演芸誌への批評等も行う。川柳雑誌への投句や、自画自賛の軸・短冊を多く残した(神戸女子大学古典芸能研究センター編 2017『食満南北著『大阪藝談』刊行記念展示「食満南北」図録』)。
- (21) 充美会は百貨店内に集結した大阪屈指の古美術店10店舗。各店舗にはブースが割り当てられた他、店舗ごとに月替わりで展示スペースを運用した。大衆向け路線の阪急百貨店設立者小林一三は良いものを安く提供する姿勢を美術品にも取り入れる理念から充美会を具体化し、サラリーマンにも美術品を購入できる場を提供した(山本2010「阪急百貨店美術部と新たな美術愛好者層の開拓」『Core Ethics』6)。
- (22) 明治41年(1908)以降大阪三越で開催された半切画展覧会を意識して高島屋が開催した同42年(1909)「現代名家百幅画会」は、100幅という数で圧倒し、表具は仕立て直せる特性を逆手に取り同一の表装を揃えて注目を集める戦略という見方がある(高井多佳子 2021「近代日本における百貨店美術部の歴史的意義—1909年高島屋初の私設展覧会「現代名家百幅画会」について」『鹿島美術研究年報』39号別冊)。

- (23) 昭和6年(1931)1月24日、「水産思想の普及並に水産物宣伝」を目的に水産普及協会が水産団体有志によって設立される。発起人は伊谷以知二郎(大日本水産会会長)・春日信市(水産講習所水産試験場長)らで、第1回事業として開催が計画された。同年3月20~29日の10日間、農林省水産局・帝国水産会・大日本水産会の後援を受けて開催(記者1931「内報・水産普及協会主催水産展覧会」『水産界』580)。
- (24) 京都までの魚市場の単複論争では荷主・生産者=複数派、問屋=単一派というように生産者・商人各内部が一応団結していたのに対し、大阪のそれは内部亀裂が生じていた点や、複数派が全国の生産者・荷主・小売商等の買出人や大多数の世論を味方につけ、卸売会社の独占を招くと単一制反対運動を開始した点に独自性があった(杵谷光晴1972「中央卸売市場開設前後の卸売人単複問題」『愛知学院大学論叢 商学研究』19-1)。
- (25) 昭和22年(1947)大阪魚会社に再編される。この時、過度経済力の集中排除法により戦時下の大阪魚類統制が分割され、大阪魚会社が鮮魚加工水産物荷受機関として業務を開始した(註(19)に同じ)。

引用文献 ※初出順

- 鎌形慎太郎 2024「昭和初期博覧会水族館における水産技師の関与—循環濾過システムの設計に着目して」『博物館學雑誌』49-2
- 津金澤聰廣 1999「百貨店のイベントと都市文化」(山本武利・西沢保編『百貨店の文化史 日本の消費革命』世界思想社
- 廣田孝 2005「飯田呉服店(高島屋)の「現代名家百幅畫會」(明治42年)について」『デザイン理論』46
- 廣田孝 2006「明治期の百貨店主催の美術展覧会について—三越と高島屋を比較して」『デザイン理論』48
- 田中裕二 2011「明治後期の三越呉服店における日比翁助の企業経営と芸術支援—百貨店経営理念の形成と美術的展覧会の理想」『東京都江戸東京博物館紀要』1
- 田中裕二 2011「三井呉服店における高橋義雄(箒庵)の美術館構想と美術鑑賞教育—欧米留学と日本美術の発見」『芸術学』15、のち『企業と美術 近代日本の美術振興と芸術振興』法政大学出版社に所収)
- 山本真紗子 2011「北村鈴菜と三越百貨店大阪支店美術部の初期の活動」『Core Ethics』7
- 高井多佳子 2021「近代日本における百貨店美術部の歴史的意義—1909年高島屋初の私設展覧会「現代名家百幅画会」について」『鹿島美術研究年報』39号別冊
- 濱田琢司 2016「工芸品消費の文化的諸相と百貨店」『国立歴史民俗博物館研究報告』197
- 神野由紀 1994『趣味の誕生 百貨店がつくったテイスト』勁草書房
- 神野由紀 2015『百貨店で〈趣味〉を買う 大衆消費文化の近代』吉川弘文館
- 神野由紀 2016「消費における趣味の大衆化—百貨店における人形玩具趣味と風流趣味を例に」『国立歴史民俗博物館研究報告』19
- 山本真紗子 2010「阪急百貨店美術部と新たな美術愛好者層の開拓」『Core Ethics』6

井上裕太 2022「日中戦争下の周年事業としてのスポーツ展覧会—昭和14年に阪急百貨店に於いて開催された創始百年記念野球展覧会の特徴」『國學院大學博物館學紀要』47

森正人 2005「節合される日本文化と弘法大師—1934年の「弘法大師文化展覧会」を中心に」『地理学評論』78-1

鈴木克美 2001「わが国における水族館創始より第二次世界大戦前まで58年間の水族館史概説」『動物園水族館雑誌』42-4

(國學院大學大学院博士課程前期修了)