

第4章 地蔵通り周辺地区（新宿区・文京区）

第1節 地域の概要

第1項 地理自然環境

対象地は、新宿区と文京区にまたがる地域で、神田川の南に位置する低湿地帯である。文京区の関口1丁目の地蔵通り商店街を中心に、早稲田大学に近いほうから、早稲田鶴巻町、山吹町、改代町、水道町、西五軒町、東五軒町と続いている。この辺りは旧牛込区にあたり、早稲田鶴巻町、関口一丁目が改名されたのを除いて、他の町名は明治初期から継続している。

交通面では、早稲田通りと新目白通り・首都高速5号線に挟まれた地域で、早稲田鶴巻町、山吹町には早大通り、またそれに垂直に外苑東、江戸川橋通りが走っている。早稲田鶴巻町、山吹町は区画整理がきれいになされ、町内も道路が碁盤目状に走っているが、江戸川橋通りを挟んで飯田橋に近いほうは、まだ突き当たりの細い路地なども見られる。

また、近くに地下鉄有楽町線「江戸川橋」駅や、東西線「神楽坂」駅があり、池袋・有楽町・銀座などの商業集積地へ10分ないし15分という短時間で行くことができる。駅まで距離がある地域では、大通りを頻繁に運行しているバスを利用している。

第2項 人口

町丁目別の統計がある1970（S.45）年以降の対象地域の人口、世帯数の推移を見ると、＜図表1-2-1＞、＜図表1-2-2＞のように増減の具合は町丁によってさまざまである。全体的に人口は、どの町丁も1970～1997年の27年間で半減しており、それに伴い世帯数も減少している。関口1丁目、早稲田鶴巻町、山吹町といった戦後区画整理がすすめられた地域では、特に昭和50年代後半（早稲田鶴巻町ではS.56、関口一丁目ではS.57）まで激しい減少を見せているが、その2、3年後には再び増加するという変化をしている。1世帯当たりの構成人数は、＜図表1-2-3＞から2人前後で横ばいであることがわかる。

＜図表1-2-4＞の年齢別人口の推移では、徐々に老年人口は増加し、一方幼年人口は減少しており、少子化、高齢化が見られる。

第3項 印刷業集積地の概要

地蔵通り周辺地区(新宿・文京区)の印刷業集積地は、新宿区は鶴巻町・山吹町・改代町・水道町・西五軒町・東五軒町、文京区は関口一丁目を中心として、神田川の南側の広範な地域を占めている。集積地内を横に貫く新目白通り・早大通りと、縦に貫く外苑東通り・江戸川橋通りを動脈として、四方に伸びる路地の網の目を埋めるように印刷関連の企業群がひしめいている。その8割方が中小規模経営の事業所であるが、大小合わせて800余りの企業が請け負う工程は多岐にわたっており、製版・印刷・製本といった具合に細分化された一連の作業を集積地内で十分にまかなえる形になっている。また同様に事業所の形態も様々であり、自社の所有する土地に大型設備を導入した作業場を持つものから、テナントのワンフロアのみ事務所まで見ることができる。およそ、各企業のこうした多様性を内包しつつ、新陳代謝の激しい印刷業にあって、なお企業の受け皿としての力を失っていない集積地だと言える。古くから地場産業の拠点となってきた当集積地では、現在新しい時代の都市型情報産業への脱皮が求められているところである。

第4項 商店街の概要

地蔵通り商店街の属する関口一丁目は、文京区の南側に位置し、東・南・西は新宿と接している。地蔵通り商店街は、この関口一丁目を東西に貫通する約220メートル、中央部に南北に交差する約100メートルの街長を有する十字形をなしていて、西の入り口のところに地蔵堂がある。道路幅は、東西方向5メートル、南北方向10メートルである。

交通面では、地蔵通り商店街から徒歩3分の距離に地下鉄有楽町線江戸川橋駅があり、池袋・有楽町・銀座等の商業集積地へ10分から15分という短時間で行くことができる。

商圈を見てみると、地蔵通り商店街の一次商圈にあたるのは、文京区では関口一丁目のみである。これは、新目白通り、高架の首都高速5号線の分断作用、江戸川橋駅に隣接している飯田百貨店の影響が大きいと考えられる。その他の一次商圈は、全て新宿区であり水道町、改代町、山吹町、西五軒町、東五軒町、中里町、榎町、築地町、東榎町がこれにあたる。またこのうち、東側の水道町・改代町と西側の山吹町は、地蔵通り商店街への距離は同じ位だが、東側の水道町と改代町の方が、来街強度・購買強度ともに、山吹町より倍近く大きい。これも、江戸川橋通りの分断作用と飯田百貨店の影響だと考えられる。

地蔵通り商店街の競合商店街としては、地下鉄東西線神楽坂駅付近に位置する神楽坂商店街があげられる。

第5項 調査対象の選定理由および目的

調査対象をさらに絞り込んでいくにあたっては、地場産業として新宿区・文京区に根付いた印刷業が現在も技術革新を軸として変化を続ける都市型の産業であること、また地蔵通り商店街に関しては他の商店街と比較して独自の活性化の方法を模索してきたということとを踏まえた。一般にインナ・シティ・エリアにおいては、住商工混在地域での人口減少や産業構造の変化にともなって工業と商業の連鎖的な衰退傾向が見られる。当地域の場合、表層的にはこの連鎖的な衰退が明確に現われていないように思われるが、時代の流れのなかでどのような産業構造の変化が生じ地域社会が変貌してきたのか、その実態の把握とその背景や理由の検証を調査の目的として、以下のように対象を選定した。

対象地区は、印刷業集積地のうち新宿区は早稲田鶴巻町・山吹町・改代町・水道町・西五軒町・東五軒町、文京区は関口一丁目に限定し、主としてこの地域内の事業所のうち印刷関連業(すなわち印刷業・製版業・製本業)の企業に関してヒアリング調査を実施した。それは、この町丁が地蔵通り商店街の商圈に該当しており、商店経営者もこのような印刷業に携わる人々を旧来からの「顧客」として強く認識していることによる。印刷関連業者に焦点を絞って調査した理由は、当地域においては、印刷関連業が、事業所数、従業者数、出荷額等に照らして圧倒的な占有度と集積度を誇っており、商店街経営の変遷とその後背地の地域経済の盛衰を並行してみていくにあたっては、これを地域把握の拠り所とするのが適当であろうと考えた結果である。

商業に関しては、＜近隣型商業としての性格＞＜商店街単位での活動とその活動を支える社会的背景＞＜都・区の行政施策の関与＞についても検討し、こうした一連の活性化の試みとそれが展開された「場」としての地蔵通り商店街の特性を、他の対象地区の商業との比較の中で浮き彫りにするために、地蔵通り商店街内の店舗及び業種の調査に加えて、関連する商店街外の大店舗などについても調査を実施した。

調査の方法は、印刷業に関しては、東京印刷工業組合新宿支部(＝当集積地において、比較的大規模な事業所から中小企業までを遍くまとめあげている集合体と考えられる)の活動についての歴史資料をもとに、所属事業所等に対するヒアリングを実施した。商店街に関しては、大小さまざまな商店の経営者に対するヒアリングを中心としつつ、地域商業に対する一般住民の意識を各種アンケート調査の中から探りだすことも試みた。さらに、産業全般および地域の移り変わりについては町会長へのヒアリングも加えて参考にした。また、史実に関しては行政資料やその他公的機関の報告書等を用いて検証を行っている。

第6項 本論の概略

対象地区を把握する上では、印刷業の集積地及び商店街の特性について調査し、その関連性を見ていった。現在に至るまでの各時点で、人々を取り巻く状況がどのように変化してきたかを、両者の結びつきの中で明らかにするという方法を取ったわけである。そこで我々は、地場産業としての印刷業と商店街が、日本経済の影響をそれぞれ独自のかたちで受け、産業としての転換期を迎えてきたことを知ることとなった。ここでは、数十年にわたる地域の変化を記述するさいに、戦後復興期を経て高度経済成長期を迎え、低成長期そしてバブル経済期とその崩壊へとつながっていく時間軸を設定している。これに沿って、各時代の社会経済的な状況が地域に及ぼした直接的・間接的影響、および地域が置かれていた立場について記述していくことにしたい。本章の章立ては、以下の通りである。

第2節では、戦前から戦後復興期にかけて地域の輪郭形成の様子を記述していく。印刷業集積の契機及びその発展は、大日本印刷の当地域への転入に関連付けて捉えることができる。また商店街に関しては、明治期に後樂園にあった砲兵工廠の工員相手の商いを出発点としている。その後、印刷業は組織的な統制の時代（調整期）を迎え、商店街は次第に活況を呈するようになった。その過程には、関東大震災や戦災を力強く乗り越えてきた地域の姿を見ることができる。そして復興ムードは特需景気へと引き継がれ、商工業と地域の関わり方も高度成長に向けて新たな様相を呈していくこととなる。

第3節では、1955（S・30）年から1974（S・49）年にかけての高度経済成長期において、この地域がどのような時代を過ごしてきたかを見ていく。日本全体が好景気に沸くなか、消費生活が豊かになり商店街はかつてないほどの賑わいを見せるようになる。経済成長率が息の長い伸びを続けていたのに対し、印刷業は昭和40年代に早くも訪れた産業界の構造不況のあおりを受け、絶えざる企業努力によってようやく操業を維持していく厳しい状況下にあった。治水事業の遅れによる水害や有楽町線の開通などもあいまって、地域の内部構造の改変が進みつつあった当時の様子をするす。産業の近代化の波にいよいよ乗ろうという前段階のこの時期に、地域の活性化はどのように進展したのであるだろうか。

第4節では、1975（S・50）年からの低成長期とバブル経済期について、景気の日と地を見たようなこの時期に、地域が迎えることとなった最大の山場とも言うべき変化の道筋を追っていく。技術革新の進展が目覚しかったこの年代は、印刷業にとって目に見える形で近代化が進み出した、言わばターニングポイントであった。また商店街はモデル

商店街事業とコミュニティ商店街事業を行ない、ハード・ソフトの両面で新展開を見せた。地域再開発や地価高騰等をきっかけとして、地域住民の変化をはじめ土地利用の転換等の動きが起こり多方面に影響を及ぼした。

第5節では、バブル経済崩壊後の時期を扱い、現在に至るまでの比較的最近の地域の様子について整理し、今後の方向性を示すものとしても見ていく。印刷の主流がDTPへと移行し始め、集積地内のネットワークも形を変えつつあり、住民の中にも地元離れの動きを見て取ることができる。

第6節では、工業・商業・コミュニティという枠組みから以上のまとめをするとともに地域の結束力をキーワードとして、地域の変遷をコミュニティの在り方の変化になぞらえていく視点も加えて結論とする。

第2節 戦前から戦後復興期

第1項 地域の輪郭形成期

(1) 江戸時代

対象地域は牛込台地と小日向台地に挟まれた低湿地帯で、江戸時代、牛込とよばれていた。江戸城の西北に位置し、五街道のひとつ甲州街道にも近いという点で地の利に恵まれた土地であった。牛込は、武家地、寺社地、町屋、農村が入り組んでおり、現在の東五軒町・西五軒町・水道町辺りでは武家地、寺社地が集中していた。関口1丁目辺りは町屋が多く、町屋では家内工業による生活必需品の商品生産が行われ、街道筋を往来する顧客でにぎわっていたと思われる。一方、神田川沿いの低地、現在の山吹町・早稲田鶴巻町には水田が広がり、大消費地を控えた近郊農村として発達していた<図表2-1-1参照>。

(2) 印刷業集積のきっかけ

1878(M.11)年、三新法(郡区町村編成法・地方税規則・府県会規則)の制定により、牛込区が誕生した。当時の牛込区の人口は2万5835人、7519戸であった。対象地域はこの牛込区に含まれる。

明治18年、山手線「新宿駅」の開設、22年、甲武線(中央線)「新宿駅」が併設されてから、東京の市域が西に伸び、牛込辺りも交通の発達とともに農地が減少し郊外住宅地に変貌していった。しかし、工業についてはみるべきものはなく、小規模の工場が散在している程度であった。この地に工業が集積するきっかけは、1886(M.19)年に印刷業界の先駆者的存在であった印刷会社、秀英舎(現=大日本印刷)が、数寄屋橋から市谷加賀町5000坪の土地に、市谷第一工場を開業したことであった。また1898(M.31)年には、大手出版社、博文館が小石川久堅町に博文館印刷工場(現=共同印刷)を、資本金8万5000円で新築移転している。さらに、1906(M.39)年に、博文館は絵はがき類や絵本、芸術関連書専門の印刷工場、精美堂を同地域に創立している。1907(M.40)年には榎町に日清印刷(1935(S.10)年、秀英舎と合併して大日本印刷に)が移転し、この地に大手印刷工場が進出してきた。

工場立地の理由としては主に3つあげられる。1つは、対象地域は牛込のなかでも低湿地で、地価が京橋に比べて比較的安かったこと。2つめは、この地域が江戸時代から商品生産などが行なわれ開けていたこと。印刷業は労働集約的な産業なので、江戸時代から

開けているこの地では労働力の確保が容易であったと思われる。３つめは、需要者に近接した場所であるということ。当時は、官庁、出版社、各種大手企業などの発注者の多かった京橋地区が印刷業の集積地として知られていたが、その後こうした発注者が千代田区へと集中していくのに呼応して、神田、麹町、文京、新宿へと拡大移転していった。

これらの理由により、当地域に大手印刷工場が進出し、それに伴い、下請けとなる中小工場が集積していった。特に、秀英舎の影響は大きかったと思われる。秀英舎は、徒弟制度を設けて印刷業に必要な学科及び実技を教授し、市谷工場の開設と同時に、寄宿舎を建て、習業生の養成に努めていた。

（３）商店街の成り立ち

商店街のほうは、東京砲兵工廠（１８７９（Ｍ．１２）年１０月、現在後樂園のある小石川水戸藩邸の砲兵本廠跡に設置）に早稲田方面から歩いて通う通勤工員らによって踏み固められたのが今の地蔵通りで、彼らが勤め帰りに買い物ができるよう、何人かのひとがトタン板をならべて物を売ったのが、この商店街の始まりである。以来、１９１０（Ｍ．４３）年と１９１１（Ｍ．４４）年に大水の被害を受けるが、次第に商店街らしくなっていく。１９１９（Ｔ．８）年頃には道路の幅も現在と同じになり、商店街はできあがっていく。

（４）大正期 —— 関東大震災

日清戦争・日露戦争による印刷技術の発展、第１次世界大戦による好況、また明治末期から大正の初めにかけての、雑誌、週刊誌創刊ブームから印刷物の需要が喚起され、印刷業界は大きく発展した。現在も操業を続けている工場のなかに、大正期に開業したという工場もいくつかある。「大正１０年から、この改代町の地で操業している（理想社、田中さん）」はその一例である。

しかしその後、戦争終了による不況で需要は弱まり、さらに追い打ちをかけるように１９２３（Ｔ．１２）年、関東大震災が起こり、東京の印刷業の８３％が大被害を受ける。『東京の印刷組合百年史』によると、震災によって印刷組合員６８５工場のうち５５２工場が壊滅的な被害を受けている。しかし、＜図表２－１－２＞に見るように、牛込区の被害は下町に比べ軽微で、各工場は印刷組合の支援で何とか再開する。そして震災後は、日本経済全体が不況の中、印刷業界では円本ブーム・文庫本ブームを迎える。１９２６（Ｔ．

15) 年、改造社が『現代日本文学全集』38巻を一冊1円という破格の値段で刊行したことに始まり、『明治大正文学全集』『日本児童文庫』『小学生全集』などが次々出版され(円本ブーム) また「岩波文庫」の創刊や、雑誌等の発刊も相次いだ。この戦前の“大部数時代”に伴い、印刷業界では、秀英舎と共同印刷がトップを競って、各種高性能機械を導入し機械化をすすめ、中堅工場でも、技術革新へと踏み込んだ。印刷需要の増加によって、1923(T.12)年には685工場であった東京印刷同業組合員が、3年後の1926(S.1)年には1420工場へと急増している。これは、それまで組合費が払えなかった小規模工場の加入が相次いだ結果で、印刷業は東京の地場産業としての色を深めていく。また、牛込でも印刷業関連集積地域としての輪郭を形成していくことになる。

この頃、商店街は地蔵横丁と呼ばれていた。この地域は震災で燃えなかったこともあり、周辺の人口が急増していき<図表2-1-3・2-1-4参照>、1927(S.2)年ごろには、人込みで肩がふれあうほど賑わっていた。当時、商店街は夜11時近くまで店を開けていたという。1935(S.10)年には54店舗を数え、かなりの純商度を誇っていた<図表2-1-5参照>。戦前は、「地蔵通りに行けば、お店は揃っているし、良いものが安く買える」といわれ毎日多くの人で賑わっていた。

(5) 戦時体制下の牛込

大正デモクラシーの波に乗り、印刷工の工賃は大正から昭和にかけて確実に上昇したが、それに対して受注する仕事の印刷料金は伸びるどころか低下していき、一般印刷までも原価以下で受注するという例が現れるほどだった。特に、震災後の円本ブームが峠を越す頃から、設備過剰、遊休労働人員が表面化し、印刷業者間の価格競争、得意先の争奪へとエスカレートした。また、昭和恐慌から紙パルプ産業は整理統合の時代に入り、日本製紙連合会は生産制限と紙価値上げに踏み出て、印刷業界はさらに厳しい状況となった。印刷業界全体の苦況を乗りきるためには従来行なっていた値下げの過当競争に歯止めをかけ、料金体系を正常化させなければならないという懸念から、1933(S.7)年、東京印刷同業組合は自主統制を図るようになる。具体的には、印刷料金の目安となる最低料金表を配布して無謀競争に陥るのを警告したり、組合員の健全経営のために「権利擁護規定」などを定めたりした。しかし、当時は、組合の加入資格が機械設備の規模によって限定されており、非組合員を規制する拘束力はなかったため過当競争の歯止めとはならなかった。また組合員の中でも「基本料金表があっても、印刷物の内容、量によって料金は各社まち

まちだから、結局は得意先との交渉で、実際に効力を果たさなかった。（理想社、田中さん）」
というように、この自主体制は思うようには機能していなかった。

1934（S・9）年の満州事変を機に世の中が戦時体制へと移るにつれ、平和産業である印刷業は転廃業を強いられていくこととなる。1937（S・12）年、重要物資を軍需工場へまわすため「輸出入品等臨時措置法」、「臨時資金調整法」、「軍需工業動員法」のいわゆる“統制三法”が制定され、印刷業は丙種産業に指定されて、資金・原材料・労働者確保などあらゆる面で厳しいハンディキャップを負うこととなった。さらに昭和15年には「戦力増強企業整備要綱」が決定され、印刷業者は工場を閉鎖するか軍需生産に転用することとなった。既存の工場は操業工場か転用工場かを決定され、その他は廃業へと押しやられた。昭和19年までに、最盛期の印刷業者18,000余のうち13,000が転業・廃業に追いやられている。こうした状況下で生き残るため、業界大手3社（凸版印刷、共同印刷、大日本印刷）は1941（S・16）年印刷文化協会を設立、保護を目的としてインキや、紙などの配給統制を行なった。これは業界内の不安定を解消すべく得策である反面、協会を経なければ資材の入手は不可能という状況を作り上げた。地理的關係で比較的小規模の印刷工場の多かった牛込では企業整備や合併化を強いられたり、戦火で疎開するものも多かった。

商店街のほうも、戦火を逃れようと、疎開する者が多かった。

第2項 戦後復興期

（1）地域の復興

第2次世界大戦での空襲により、対象地域はほぼ全焼してしまった＜図表2-2-1参照＞。しかし終戦とともに人口は爆発的に増加し、インフラ整備が着々に行われ、この地は復興を遂げていくこととなる。

旧四谷・牛込・淀橋3区の人口は、戦前の昭和15年には39万4480人であったが、終戦時にはその4分の1の10万4960人に激減していた。なかでも、12万8888人であった牛込区は2万3130人と減少しており、明治初年の人口に逆戻りするほどの人口減少を記録した。1947年（S・22）四谷・牛込・淀橋の旧3区が統合され、新宿区が発足したが、当時の人口は、区全体で14万人を超える程度であった。その後、疎開者の帰京、復員、海外からの引揚者、それに他地域から東京地域への職を求めての転入により、1949年（S・24）には新宿区の人口は20万人を突破するほど急増した。

また、戦災により新宿区の90%が荒廃し、道路の復旧・区画整理は、戦後の優先課題であった。早稲田鶴巻町も戦後まもない1947年（S.22）に復旧事業が始められ、25年頃から本格化し30年代にはほぼ完成している。また、35年になると、オリンピック関連道路の建設なども取り入れて「東京都市街路事業計画」が立案され、都内では環状街路と放射街路、補助街路が計画され実施された。当地域では外苑東通り（環3）新目白通り（放7）江戸川橋通り（補67）早大通り（補74）早稲田通り（補74）の道路復旧工事が着手された＜図表2-2-3参照＞。区の道路行政も、昭和30年代から、復旧から整備に重点が移り、舗装改良10ヶ年計画を制定し、これに基づいて早いうちから改良工事が実施されている。現在の道路率を見ると、飯田橋駅周辺の業務地化がすすんでいる地区で高くなっているほか、住宅地の早稲田鶴巻町、山吹町でも高く、区画整理事業はほとんど終わっていることが分かる。

（2）産業の復興

産業面をみると、終戦時に東京都印刷業統制組合の会員で企業として残ったものはわずか228にすぎず、東京都の8割の印刷関連業者が姿を消した。戦時中ほぼ壊滅状態にあった印刷業だが、戦後の日本で一番早く復活した産業の一つでもある。戦後まもない昭和21年、東京印刷工業協同組合が結成されていることからそれがうかがえる。戦時中の軍需生産といっても主に印刷物であるから、発注主と印刷物の内容が変わるだけでいつでも平和産業に戻れた。また長い間抑制されてきた自由がよみがえり、活字に飢えていた国民は印刷物に飛びつき、膨大な印刷需要が生まれた。戦時中、言論統制によって300社にも満たなかった出版社が1948年（S.23）には4000社を超える勢いで群生したという＜図表2-2-2参照＞。この戦後すぐの出版ブームにより、対象地域にも多くの印刷業者が流入した。しかし当時は、雑誌も書籍も悪質なインキと油で刷られた「キワ物本」と呼ばれる粗末なもので、すぐこのブームは去り昭和6年までには出版社の廃業が相次いだ。

また、激しいインフレと、労働攻勢の波による人件費の倍増により、印刷業は均衡のとれない経営状態にあった。さらに極端なデフレ政策と、日配（日本出版配給株式会社）が「過度経済集中排除法」の適用を受け、閉鎖機関に指定されたことから、一時業界は混乱し、終戦後の新興出版社のほとんどが倒産に追い込まれ、特に資本力の乏しい中小規模の工場はさらに苦痛を強いられていた。

印刷業界は再び組合による調整を図ることとなった。料金問題、労働問題の組織的解決を求めると同時に、1950年（S・25）に国会で制定された「中小企業の安定に関する臨時措置法」の適用を28年に受ける。この法律は中小企業の占める重要性が極めて高い工業部門について、製品の需給が均衡をなくした場合、適切な需給調整措置を講ずることができるようにしたもので、この法により組合は調整組合と変わる。

（３）商業の復興

商店街のほうは、戦後、焼土の跡に新旧の商店街が開業を始め、その数も20店舗となり商店街らしい体裁を整えてきた。そして、1949（S・24）年には、街を明るく賑やかにしようという店主らの発案により、木柱の街路灯を建て、近隣の商店街に先んじてまちづくりが始められた。ほぼ同じ頃、商店会結成の議が持ち上がり、1950（S・25）年、戦前からの名称である「親睦会」を継承して「地藏横丁親睦会」が発足した。これ以降、地藏横丁親睦会は、売り出しやまちづくり事業を積極的に推進していく。

まず、親睦会が発足した年の暮れ、初の歳末大売り出しを実施した。「道は舗装されていないので、板を渡して歩きやすくしていた。そんな中でも少しでも商店街らしくするための工夫」をしたそうである。以来、毎年の中元・歳末の2回の大売り出しは現在まで恒例として続いている。大売り出しの際に行われた金魚すくい、潮干狩り、輪投げ、ガラガラ等独自のアイディアによる福引き方法は人気を呼んだらしい。また、売り出しの宣伝にも意表を突いた方法が出案された。1945（S・29）年の中元売り出しには店主、従業員ら20余名でちんどん屋を先頭にした大仮装行列を催し、大いに宣伝効果を上げた。「この時、警察に届け出をしたが、ここは（新宿区と文京区の）両方にまたがっているから牛込警察と大塚警察に届けをださなきゃいけない。牛込に挨拶に行ったら、すぐに許可してくれたが、文京は静かなところだから大塚警察はなかなか許可してくれなかった。」という。さらに、その年の歳末大売り出しでは、飛行機を使って機上からチラシをまくという思いきった方法で大変な人気を呼んだ。

（４）朝鮮特需

1950（S・25）年に勃発した朝鮮戦争により、日本経済全体に特需景気が巻き起こった。この影響により、印刷業界にも新しい需要が生じた。食料品の統制撤廃に伴い、各種紙器、容器の印刷・加工の受注が増加し、衣料品の出回りに伴い、軟包装印刷物など、

商業部門の需要が増大した。また、プラスチックフィルムや、アルミフィルムなど紙以外の特殊印刷物の分野也大いに前進した。大手各社は海外技術を積極的に導入し新しい印刷物の開拓にも力を入れ、事業を拡大していった。一方、中小印刷業者も、生き残りをかけて、技術改善や合理化へと盛り上がりを見せており、すぐに新しい機械設備の投入とはいかないものの、のちのちこれら新しい印刷物を専門に扱うようなところが生まれ、同じ印刷業界といえども、分野の幅は拡大していった。

第3節 高度経済成長期

終戦後、朝鮮戦争を契機として経済は回復し、国民の生活も次第に豊かさを増していくようになった。高度経済成長を達成し始めたこの頃、工場と商業にはどのような変化が現れたのだろうか。工場の問題、商店街の発展の様子、住商工全てに大きな被害を与えた水害、公害とオイルショック、有楽町線開業といったトピックを記述し、考察していく。

第1項 集積地内の印刷業の様子

(1) 近代化の捉え方

大企業が着々と近代化を進めていく中で、中小企業は団結しネットワークを築いて自らの身を守らねばならなかった。そうした動きと、職人氣質の色合を残していた労働者側からの要求の合致が特徴的に見られた時期である。それが高度経済成長期における経営合理化と労務改善という形となって表れたのである。この時代に展開した近代化の流れを追うことによって、当時業界が成熟していくためにクリアすべき課題が何であったかを見ることができる。また、それを把握することは、これ以後、高度成長を終えて技術革新と設備の改変が業界を刷新し、現在に至るまでの過程をたどるうえでの出発点にもなるだろう。

しかし各時代において支配的であった「近代化の捉え方」を順に追うばかりでは、地域に生まれた力の出所を見失うことになる。というのも、「組合の本部と支部」「組合員とアウトサイダー」等の関係の中には、「設備合理化」と「労務改善」という相異なる「近代化の捉え方」が拮抗して存在しており、それらが時代の流れのなかで表層に現われるからである。ある時期にそのどちらかが主流をなすことはあっても、底流では相異なる捉え方が同居していたという事実こそが重要である。またそうした拮抗を、地域的なネットワークを土台として力にしていけることができたのが、この集積地としての「場」なのである。

体質改善の時代

合理化の号令のもと、各社各様の体質改善にのぞんだわけであるが、成功らしい成功をおさめたのは力のある企業、すなわち設備投資可能な資金力のある一部の事業所に限られていた。これは組合の広報などで評価されている企業を見る限りでも分かる。設備投資ができる企業は、「手差しの機械にはたくさんの工員が付きっ切りになってしまうが、性能のいい高速機はその半分以下の工員で動かせるので人件費を削減できる(友弘社・大野さん)」という具合に考え、それを実行に移すことができた。ところが、これが小企業同士の話し

合いにおいては、効率化を図るために設備投資を検討すること自体あまり現実的な方策ではなかった。工員数名に匹敵する設備を入れる資金がないとなれば、小企業の言う効率化はいる人間を気持ち良く働かせて作業の能率をあげることに他ならないからである。しかし設備投資による合理化が目に見えて利益につながった事業所に比べ、作業環境の改善として整理整頓や禁煙に努めるといったレベルの体質改善しかできないでいた小企業が感じていたもどかしさは大きかったといえる。それは「設備資金への配慮」を組合に求める声がかような小企業間から盛んにでていたことにも表れている。組合はこの要望に応える形で経営者を組織して中小企業臨時措置法に基づく体質改善に乗り出していくが、一部事業所の設備投資による合理化の成功が過当競争の激化をうみだし、倒産の危険を増大させる結果となることを理解しているがゆえに、組合はジレンマを抱えながら「労務改善の必要性」の方を説くことになる。

近代化促進の時代

ここでは、中小企業が大企業に対抗する力を如何にして生みだすかが、最大のテーマになっていった。そしてそのテーマを課すことで、彼らにとっての近代化の路線はおのずと定められていくことになった。「規模こそ違えど同じく文化的価値ある産業に携わっているのだという自負は素晴らしい。ただ、『一資本家（＝一国一城の主）』としての意識が強すぎると、団結を妨げてしまう側面がある（舟木印刷所・舟木さん）」中小企業の団結をめざす立場からすれば、「近代化」の名のもとに各社の判断で無理な設備投資をされたのでは、過剰な設備投資が不必要な競争を招き、協業の土台が崩れる原因になるからである。

自社の経営の根本を見直すことをせず、利益に結びつく設備投資改革や自動化を焦っては、問題が生じると組合に解決を委ねる経営者が、当時多くいた。そして、設備投資に躍起になっている企業に対して今必要な「近代化」とは何かを投げかける経営者がいた。この図式は一見すると、真の「近代化」を見通していた一部の経営者が、設備投資にばかり目がいつている経営者を教諭しているように映る。

当時、設備に関しては、現状維持であっても今後の経営の悪化が危惧されるような状況ではなかった。したがって、中小企業にとっては、労務管理や料金価格の問題の方が、新規労働力の確保や過当競争の回避という点で重要な課題であった。「競争に耐え得る企業になることが近代化の使命だとすれば、まずは近代化への環境を整備することが現時点での近代化といえるだろう（高橋工芸社・高橋さん）」という選択がこれを示している。

構造改善の時代

構造改善のテーマは、企業間の協力関係を強化することにより、業界全体のレベルアップを図ろうというものであった。そこで掲げられたのが、同業者との連帯意識を強め互いに刺激しあうことで中小企業の底上げを目指す高度化計画であった。この構造改善は、企業間の協力を促すものであったという点で、第二次近代化促進の時代とも言われていた。しかし、協力して何が出来るかはさて置き、「とりあえず協業化・集団化を前提として動き出さなくては」という意気込みの面では近代化促進の時代をしのいでいた。

しかし、実際には思うように連携が取れずに不満を募らせる経営者も少なくなかった。経営者の多くが、協業化の必要性を認識した結果、構造改善事業に参加したというわけではなかったためである。これにはいくつかの背景がある。第一に、近代化促進の時代が終わり、設備の減価償却年数の短縮などの恩典を引き続き受けるには構造改善にのる必要があったということ。第二に、高度化計画を立てたのは、その実質的な必要性もさることながら、構造改善業種としての国の認可を得るためでもあったということである。こうした背景の中で構造改善が進展していったために、とりあえず事業に参加してはみたが「最初は各企業が構造改善をやることが主になっていたが、いつのまにかなんでもかんでも人を集めて高度化しなくてはならないような話になってきた（東京平版印刷・余水さん）」というような意見が出てきたのである。組合は、「組合事業としての構造改善は各企業の近代化への意識を結集させたものであるはずである。したがって、後からその内容が変化していったとしても各々の努力でこれについてこななければならない」という見方をしていた。それに対して、中小企業からは「規模の差異などを含め、各企業の立場を踏まえて進められるべき構造改善事業で、新たに定める適性生産規模に基づいた均一的な改革をするなんて」という戸惑いの声も出ていた。協業化を進めるためには、構造改善事業に対するこうした認識のずれを解消することから始めなければならなかったのである。

（２）体質改善の時代

新宿一家～調整の時代～

日本経済が国民の生活意識の変化にともなう消費景気にわく中、印刷関連業も潤いを取り戻した。普及し始めたテレビと、雑誌・出版の密接な関係は「活字文化は映像文化に食われる」という一部の予想に反して週刊誌の創刊ラッシュという形で業界発展の踏み台となった。これに加え広告業界の盛況等、消費革命の影響のもと宣伝印刷物・包装用印刷物

等の需要が増大し、商業印刷部門を中心とした盛り上がりを見せたのである。しかし自力で景気の波にのれたのは、強大な資本力を持ち大量生産が可能である大日本印刷のような大手に限られていたといえる。力の乏しい中小企業は「景気は得意先次第だから高度経済成長期であっても攻めに出られなかった（滝沢新聞印刷・滝沢さん）」

昭和30年代初頭は大企業のしわ寄せが弱小資本に及んでいたこともあり地域は不景気の色合に包まれていた。需要の微小な伸びに対して過剰な設備投資がなされる傾向の中、過当競争で下がる価格と膨らむ投資の間で苦しむ中小企業は、そうした問題の解決の望みを「設備制限」と「価格統制」の二本立てを打ち出していた調整組合の事業に託した。

この調整組合事業に始まる高度成長初期の一連の組合形成活動を通してこの地域が得たものは何であろうか。第一には、不況カルテルの性格を強く持っていたこの調整組合を通じて同じ苦しみを持つ中小企業間の意識の共有がなされたことである。連帯の必要性をおぼろげには感じていても経営に問題がないなら設備や価格についてはとりあえず自由にしていたという経営者たちを、面倒な設備登録の手続き等に向かわせたのは、「お隣さんの様子が気になる」不況時に特有の不安感が原因していたと考えられる。このようにして、批判精神と行動力を持ち合わせた経営者を中心にした連帯意識の醸成が、この地域の組合支部の活動を際立つ存在にしていっていった。

第二には、そのような不況時の連帯を築きあげることにより、この地域の組合支部が、地域の中小企業の声を反映しない組合本部に対して発言力を強めていったことである。調整組合が設立される前の1953（S・28）年当時、本部の事業は親睦会のようなものに限られており、地域の経営者の中には執行部に対して「政府の助成金を使うことには長けているが、高い賦課金を払う中小企業の気持ちなど分からない、階級からして違う業界の大御所ばかりで占められている」という印象を持っている人が少なくなかった。「支部に対する組合事業がなく、アウトサイダーを勧誘しようにも材料がない（赤城印刷・青柳さん）」というように、アウトサイダーに対して組合加入のメリットを確信をもって主張できないばかりか、組合員内部にも賦課金の負担に対する不満がつのる状態であった。これを受けて新宿支部は本部からの独立の口火を切り、本部があつての支部という機構から抜け出ることによって地域に専念した組合運動を展開していった。脱退後、50名から115名へと急速に組合員数を増やし、「総会なども家族同伴で和やかだった（赤城印刷・青柳さん）」という具合にいわゆる新宿一家の絆は深いものになっていった。こうした動きに呼応して荒川支部・山の手支部も相次いで脱退している。このようにして、地域内での結束を

背景に、支部の主張を前面に出した積極的な活動を展開していった。しかしその最中の 1955（S・30）年、全国的に調整事業が始まったのを受けて本部が東京都印刷工業調整組合を組織したのを機に、新宿支部はこれにいらてもらう形で本部への復帰を果たす。本部を飛び出し独自の連帯を築いていた時期に、このような選択をしたのは、「調整事業で業界を統一しようというときに、新宿だけが孤立してしまう（大川原印刷・大川原さん）」と考えたからである。ただこのような流れにあっても地域の独立心は息づいており、1956（S・31）年には新宿支部を中心として支部長協和会が発足し、本部の理事会だけでなく支部長会の意向を反映させるルールの確立によって本部独裁の体制を改善し、組合を大きく成長させたのだった。調整事業の一貫として、過剰な投資と競争をあおる設備拡張の制限を抑制する意図ではじめられた印刷機械の登録制に一番乗りを果たした事業所が新宿支部から出たということを見るにつけても、強い意気込みがこの地域にあふれていたことがわかる。

体質改善へ

この地域は、調整の時期を経て新宿一家の結束の基礎を確立していったが、その後、＜設備制限＞と＜価格統制＞を焦点に据えた調整事業は、1958（S・33）年に不況が底を打ち好況に転じ始めると事業者のニーズにあわなくなり、新たな展開を見せる。調整事業のみにとらわれず、企業経営の合理化指導・金融面の改善・労務対策の確立などの方向で組合事業を繰り広げていこうという気運が高まり、同年東京都印刷工業調整組合は役割を終え東京都印刷工業組合へと移行した。そして1961（S・36）年に、政府が中小企業種別進行臨時措置法による改善事項を告示したのを受けて、新生組合を中心とした体質改善への取り組みが始まったのである。

昭和30年代はすでに慢性的な労働力不足の状態にあり、経済の急速な進展にともなって増大してきた雇用ニーズにどう対応すべきかが課題とされていた。成長産業とみなされていた印刷業ではあったが、労働者をひきつけることができない業界の体質があったため、体質改善事業はとくに労務管理や福利厚生に焦点をあてたものとなった。「近代化」に対する意識を徐々に育みながら、何が立ち後れていたのかをあらためて考えはじめたのがこの時期であったと言える。

人を雇い入れようと職業安定所に申し込むのにも、標準賃金はもちろん、休日・休暇と給食施設と寄宿舍等々の条件が揃っていないと応じてもらえない状況下で、組合や労働者

の権利についての認識が高まってきている若者は1・2年もするとよりよい職場に移ってしまうのが一般的であった。加えて、機械の合理化は目先に損得の線が見えるのでだれでも能率のよい機械の研究には熱心であるが、従業員の人格を尊重しての待遇改善などとなると旧態依然のままといった状況であった。急場しのぎはかえって会社の存立さえ左右しかねないため、慎重さを要する問題として考えられていたのである。しかし、貿易の自由化にともなって海外企業が高性能機械を駆使して印刷分野に進出してくるという時に、集約的な労働で切り抜けるばかりで自らの首を絞めている様ではいけないという意識の改革が、「近代化」の言葉とともに労務問題に真剣に取り組む姿勢をこの地域の経営者の間に生じさせたのである。

ともあれ、「昼夜を問わず働きづめなのに一向に楽にならないのはどういうワケだ(地区協議会発言より)」といった指針の見えない労働の日々に追われていた事業所のひしめくこの地域を、体質改善への取り組みに向かわせたのは何だったのだろうか。それは体質改善事業が、中小レベルの経営者を最も悩ませていた「如何にして良い人材を効率的に働かせるか」というテーマに沿って方向づけられていたことによるところが大きい。事業の牽引車である組合は、「労務改善であれ何であれ、あらゆる企業努力は業界の底上げにつながり、ひいては求人難などを含めた多くの問題が解消されることになる」という考え方を、労働力不足の打開を求める地域の意見の一致を土台として経営者の間に広めていったのである。その結果、「そういうことならば自分なりのやり方で近代化に取り組んでみたい」とする人々が多く名乗り出たというわけだ。こうした背景から、この年代に盛んに話し合われた共同給食・共同宿舍・職能給体制の実現という目標は、既存の工員もさることながら新たな労働力の獲得を見据えたものだったと言える。労働者の要求に応えようとした結果、これらの試みが中小企業をベースとした日本的経営の先駆けになっていったというところだろう。ではそれぞれについてみてみたい。

共同給食の実現に向けて

「消費者物価の高騰による食費の値上がりが従業者の家計を圧迫しており、住込み者への給食にも人手が必要である」という理由で、福利厚生や経費節減のために安く栄養のあるものを供給する施設を要望する声が、地域の経営者のなかに徐々に強まってくる。こうした共同給食施設の設置に関する要望に突き動かされて、組合も具体的な検討をはじめることになった。当時、千代田の印刷業者や文京の製本組合がこの共同給食で成果をあげる

ようになったほか、墨田支部が計画資金の40%を組合員の出資に仰いで給食施設設置事業に乗り出すことを決めており、こうした動きにも触発されたのである。

労働力確保のためには待遇改善や厚生施設の充実が急務とされていたが、小企業ではとても休憩室や娯楽施設を併設した施設をつくる理想を追うことはできない。そのため、利用度が高い給食施設に的を絞り、小企業が資金を持ちよることにより共同施設を設置することにしたのである。当初、組合員達は、都の厚生施設設置資金の利用も含めた資金繰り、用地確保や適切な立地の点で課題は残るものの、2,000人を越す新宿支部の業界従業員のかなりを対象にできれば充分採算に合うという意気込みで臨んでいたが、実現する段になると各経営者は組合主導の活動ばかりを期待し、共同出資の負担が事業展開のブレーキになって必ずしもスムーズに事業は進まなかった。最終的には、新宿製本福祉協同組合がこれまでの施設を拡張して弁天町に新施設を建設した際に、印刷業者の参加を呼びかけたのに応じる形で共同給食施設は実現した。鉄筋3階建ての施設から朝・昼・夜と50円前後の食事を1万食供給するというもので、相当数の労働者の食生活全般を請け負う規模であった。しかし、当初はPR不足の故か、参加者を募っても頭数が揃わず、一時は支部の共同事業としての意義が希薄であるという理由で各社別の参加形式への変更も真剣に検討される状況であった。組合に要望を出した後は全面的に任せきりにしてしまい、組合自体の動きを見守ることからも遠ざかっていた経営者が多かったのではなかろうか。共同給食への参加を呼びかけると同時に、この程度の共同事業ができなくて今後の協業化などある訳がないという組合の姿勢との間に多少の隔たりがあったと考えられる。

共同宿舎の計画

この地域の事業所の9割近くを占めていた中小企業が、より多くの労働力を確保していく上で必要であるとは言え、各社レベルで従業員に住宅を提供することは経済的に困難であった。「当時は労働力不足を切り抜けるために、東北各地の職業安定所まわりをするなどして集団就職を募っていた。またそういう地方の人ほど、当然のように住み込みを当てにしていた(滝沢新聞印刷・滝沢さん)」という事情もあって、宿舎施設を備えていることは、当時から前近代的な職場環境のイメージを払拭するのに一苦労していた印刷業にとって、それだけで労働者に対する相当なPR材料になるものとされていた。しかし、実際は「宿舎が必要なのでこれを建設中であるが、本来こういう問題は組合支部で考えてほしい(ムラマツ印刷所・村松さん)」というように経営者の頭を悩ますばかりであった。

こうした背景から共同宿舎計画は経営研究の課題とされ、具体的にはいつかくる日に備えての積立制度として、1962（S・37）年に貯蓄互助会が設立されるなどの動きも見られた。各社レベルで独自に宿舎を建設したり、アパートを借りて家賃を1000円安くして徴収するなどの工夫は見られたが、実際に工員から住居費として取るのは難しいといった具合で、やはり組合規模での建設を望む声が多かったためである。また、共同宿舎の建設にこぎつけた渋谷・目黒周辺の印刷業有志の例に喚起された部分もあるだろう。しかしこの渋谷・目黒周辺印刷業の例は、たまたまその地域で経営が行き詰まった事業所がアパートを建設するので、それを共同宿舎として運用したケースであり、それに加え市中銀行からスムーズに借入が出来るという好条件下でのものであった。それでも、支部のレベルでは、本来は本部がやるべき事業であるとの不満が残ったという。

成功例ですらこのような状況であり、さらにサラリーマン的な通勤感覚を求める従業員の意向なども取り入れるとなると、地蔵通り周辺地区において共同宿舎の建設計画が遅々として進まなかったのは仕方のないことであった。

賃金体制の確立を目指して

この時代、どの事業所も過当競争に打ち勝つためにコストダウンを図ろうとした。しかし、低賃金を以って低コストにしたのでは依然として暗い封建的な印刷業の壁を崩せない。「体質改善を進め、能率化を以ってコストを押さえさらに賃金にも還元する様でなければ何が近代化なものか」といって決意を新たにする声も確かにあった。だがそうした意識を形にするのは難しく、若年労働者不足を反映して初任給は上がるものの、中年層での賃金の伸び悩みが不満を募らせているのが実情であった。休暇や保険・その他手当などの労働条件を問う以前に、事業所間の賃金格差が大きく、同じような工程に携わっていても事業所の規模が違えば天と地ほども賃金に差が出てしまうという地域内の現実、労働の対価としての賃金という当たり前の原則さえも疑わしいものにしてしまっていたと言える。

労働者の方でも、時間当たりの高賃金を期待するより、無理をしても長い残業を続け残業費を稼いで収入を確保したいと考えるのが一般的な風潮であった。「残業を夜の8・9時までしてやっとサラリーマンより少し上というぐらいだったろう（滝沢新聞印刷・滝沢さん）」というように、労働者は生活水準を保つためには残業を厭わなかったし、賃金体制はそういうものとして受け止められていたと見ることもできるだろう。この当時、時給制を適用している事業所が圧倒的に多かったのである。また、職能給制によって年功序列の傾

向を改めるという試みもあった。当時は、比較的新しいオフセット印刷関連【注１】の技術者の賃金が活版の技術者よりも高い時代であり、企業の規模、年齢、職種の違いによる賃金格差が大きく、それに中小企業の体質も絡んで賃金体制に大きな矛盾を抱えていたのである。

職人氣質の色合い

当時の印刷行は臨時工という名の渡り職人の技術力なくしては成り立たなかった。しかし、時給制が殆どであった当時、出来高払いや前借りを要求した渡り職人たちと彼らを回転する業者などの存在は決して手放しには受け入れられないものであった。「保険はいいからその分を時給にまわして欲しいとか、税金のことは面倒だから会社のほうで済ましてほしいといった要求をしていた職人も多かったようだ（滝沢新聞印刷・滝沢さん）」というように、文化的な印刷業があまり文化的でない労働者及び雇用システムによって支えられている側面があったようである。余計な情報を流すといけないから渡り職人と従業員と一緒に住まわせられないといった意見から、共同宿舍計画の進展を鈍らせる一要因になっていたという見方もあるほどだが、こうした渡り職人のような技術者を地域の共有財産として捉える向きがあったようである。また同様に、育てた人材を引き抜かれてもお互い様であると考えていたのだ。ただ、高い職業意識と腕だけあれば充分やっていけるのだという職人氣質は、「経営者や従業員が融通を利かせれば企業経営の形などある意味あってないようなもの」というような土壌があってこそ押し通すことができた話なのである。それが、古い体質こそが近代化を阻むとされたこの時代には、労務管理の見直しと技術革新の影響で次第にこの渡り職人も姿を消し、引き抜きも以前より問題視されるようになっていった。体質改善の時代も終わりに近づく頃には、「臨時工が職場の雰囲気害する」といった今まで表立って言われることのなかった話を取り沙汰され始めたのである。どんな困難も職人の技術力一つで切り抜けてきたこの地域は、依然として職人氣質を土台としていたが、すでに新たな転換の方向は見えていたのだ。

（３）近代化促進の時代

近代化の難しさ

昭和４０年代は、３０年代に蒔かれた労働問題に対する意識を受け継いでいく形であった。それに加え、労働時間の規制や鉛の有害業種指定などがプレッシャーとなっていたのしか

かっていく時代でもあった。

環境・その他諸々の条件を改善していかなばという考えこそ共有していたが、効果的な対応はなかなかとられなかった。「現在は、印刷料金が低いから仕事を多く取り過当競争を残業で乗り切っている現状である。かりに、この残業を各事業所が一致して規制すれば、相対的に仕事量が増え、割増料金も取れて過当競争もなくなり、従業員も定着するだろう。」と呼びかける人々がいる一方で、「理論的なものだけではなかなか足並みが揃わない。自主的な改善が効果を生むかということに確信が持てず、何処も踏み出せないでいる。現状では、安い労働力をフル稼働させるというのが経営上の前提となっているようなところがあり、如何ともしがたい。」とする人々も少なくなく、足踏み状態が続いていたからである。

若手労働力の確保のために集団求人が行われたが、参加企業はそのPR効果を過剰に期待するばかりで、企業の特徴をアピールし印刷業を職場として選ばせる動機付けをすることがなかなかできなかった。また、労働環境等の整備といった点で具体的な成果をあげられない印刷業界に対して労働基準監督署のマークも厳しいものとなっていった。結局、長時間労働・低賃金・悪環境の古いイメージをどのように払拭し状況を改善するかが、現在ある労働力の有効活用及び定着化とともに基本的な課題であり難問であることを改めて認識するというのが、この時期の実状であった。

雇用・労働の姿

当時の従業員の平均年齢はおよそ35歳、平均勤続年数は6年である。ただしその内訳を見ていくと、女子従業員に関して特徴があり、大きな事業所ほど女子従業員の年齢が低く勤続年数も短くなっている。これは小規模な事業所において、長い時間をかけて全般的な仕事に精通した従業員が男女を問わず生産上の核をなしていく傾向が強いものに対して、男子従業員の定着率の高い大規模な事業所では、技術の習得や企業への帰属意識等の面で男子従業員に依存する傾向が強くなるためと考えられる。中小企業間のネットワークの模索が重要さを増してきているにもかかわらず、昭和30年代同様の技術者の引き抜きも相変わらず続いていた。

各種保険に関しては、10人以上規模の事業所のほぼ全数が健康保険・厚生年金・労災に加入しているのに対し、5人以下の事業所にあってもっとも普及している健康保険でも6割程度の加入にとどまっており、労働組合の組織率は1割に満たない状況であった。

福利厚生施設に関しては、20人以上の事業所のほとんどが社員寮を有していた。しか

し、後に通勤災害保護制度について地域内での情報共有がなされる状況をみると、大規模な事業所においてはすでに通勤者も多かったと思われる。

労働時間は休憩時間を除く実働 8 時間とする基準があったが、多くの事業所では、この正規の労働時間の他に、3 時間程度の残業を前提としていた。残業手当では、中小零細企業ほど高く 5 割近くに達しており、福利厚生面その他の整備が遅れている分を残業割り増しで補っていた経営の姿が浮かび上がる。残業は、当時、経営者と労働者双方にとってなくてはならないものとして受け止められていたのである。

共同事業の始まり

中小企業間の団結の必要性が広く認識され始めたこの近代化促進の時代ではあるが、具体的にこれを促すような活発な組合事業はあまり展開されていない。しかし、新宿支部の頁物部会においては、共同購入の可能性を探る調査・分析を経て会費制の共同事業を 1966 (S. 41) 年にスタートさせた。このような周到な手順を踏んで共同購入にこぎつけたこの部会の団結力には、頁物印刷の特徴が少なからず影響している。技術革新の中で依然活版を中心に据えている事業所にとって、今後活版の立場が分かるもの同士で近代化の方向を模索していくうえで基礎作りが必要とされていたことの現われである。

(4) 構造改善の時代

協業化の方向性

各事業所の売上高に占める外注費の割合はおよそ 30 % で、年代を通してさしたる変化は見られない。設備投資等の進展の如何によらず、分業システムの成熟したこの集積地で操業することのメリットを十分に生かそうと、どこでも外注をうまく利用することを考えてきたのである。集積地を形成しているだけでもそれなりに地域のネットワークは育つものであるが、さらに協力関係を強くすれば、より効率的な生産ができるはずであるという考えに基づいて企業の協業化の発想が出てきたのが昭和 40 年代である。これに関しては、近代化促進の時代にうまれた千代田印刷センターの試みが成功を収めており、センターで受けた仕事を参加している事業所の間で調整を図りながら割り振るという形で動き出していた。それを受けて当時の地域内では、同様の展開を期待する声と、規模や技術の差を助け合いの精神だけで果たして埋められるだろうかという慎重な意見が入り混じっていたようである。そのため、構造改善事業による協業化の後押しを受けて 1972 (S. 47)

年、グループ化第一号の新宿製本印刷協同組合ができるまでに、実に7年を要することになった。早くからオフセット印刷を導入してカラー印刷をしてきた事業所を中心に組織されたこのグループは、紙やインキの共同購入を主な活動としていたが、金融税制面の恩典が受けられるというのも一つのおおきなメリットであったようである。結成当初の「23社をまとめるのは難しく、どういう企業体にしていくかはまだ決めかねているが、組合の資金導入ではなく中小公庫等をベースにやっていきたい。共同の利益を自分の利益として頑張らねば(高橋工芸社・高橋さん)」という言葉からは、組合事業としての体裁を取らなくとも企業間のグループ化自体の可能性を信じたいという意気込みが感じられる。しかし、その後新たな参加者を加えて共同施設作りが検討されるなど組合員の多大な支持を得たこの新宿製本印刷協同組合も、構造改善事業が終わり様々な恩典がなくなってからは次第に事業も活発さを欠くものとなり、解散してしまった。このグループ同様、この時期に生まれた共同出資の企業が現在ではほとんど姿を消している。この地域では、一つの事業に多くの経営者が各自の流儀を持ち込んだために、最終的にはなかなか協業化がはかどらなかったようである。構造改善の時代を経てなお、新たなネットワークを作り出すことについては遅れを取っていたと言えるだろう。

料金・価格の適正化の動き

次に経営上の重要課題として各年代を通して繰り返し検討されてきた印刷料金や資材価格等の適正化の側面から地域のネットワークを見ていきたい。これらの議論の焦点は主に過当競争の結果としてのダンピングの防止と、人件費や資材費・設備投資にともなうコストをいかに価格に転嫁していくかという二点に絞られてきた。資材の仕入先や工程の違いのため企業間での調整が取りづらく、その結果として過当競争をまねくという認識は、多忙を極める労働と経営上のやりくりがどうも報われていないという感覚が渦巻いているからであり、必ずしも印刷業界に限らない。

体質改善の時代は、現状料金のアンケートの結果に基づいて、比較的規模の大きな事業所に対して適正利潤の考え方への理解を促し、中小企業にも等しく利益があげられるように呼びかける程度に終わっていた。しかし構造改善の時代になると、大日本印刷の下請け料金の値下げ問題や石油ショックにともなう資材の不当な高騰・労働賃金の上昇等の経営難を打開するためにも、これまでに基準料金の提示を試みるなどして築いてきた歩みよりの姿勢を受け継いで、料金・価格の適正化に真剣に取り組まなければならなくなっていっ

た。受注産業であるという意識を料金の設定にまで持ち込むことはなく、正当な利益を主張していかなければ、大量の仕事を低賃金長時間労働でこなしていくことでしか経営を維持できない業界体質を脱しえないという認識にいたったわけである。

公害・石油ショックと地域の様子

当集積地域で公害への対策が初めて意識されたのは、体質改善の時代の１９６３（Ｓ．３８）年に工場公害防止条例が取りざたされた時であった。印刷工場公害の当面の課題は騒音であるとされ、対策として壁・塀などによる音の遮断の必要性や、設備増設・変更の届け出の義務についてなど、経営者が共有すべき問題意識の確認がなされたのだった。設備の除却、使用禁止作業時間の制限等の行政措置もあるとした上で、公害防止設備資金の貸し付けとともに各事業所に対して対策が促された。当時としてはそれで一段落ついた感があった。しかし、構造改善の時代にきて公害問題への社会的意識の高まりが公害対策基本法の制定などに反映されはじめ、１９６８（Ｓ．４３）年に鉛中毒予防規則が設けられると、その有害業務に指定された印刷業の各工程を受け持つ事業所は労働者のための企業努力を迫られることとなった。

当地域の受け止め方は寝耳に水といったものであったが、振り返れば決してよいとはい切れない作業環境を考え、労働基準監督署の指導の下残業時間規制等により乗り出したのであった。ただし、対策はなかなか進まず、鉛検診が定期化したのはそれから６年たった１９７４（Ｓ．４９）年のことであった。

石油ショックに関しては、当地域の印刷業に紙不足・潤滑油不足・電力制限などといった形で影を落とした。紙不足に関しては慢性的なものであるとはいえ、１９７２（Ｓ．４７）年と翌年の前半までは需給のバランスが取れ、生産規模の拡大にあわせて１５～１９％の紙の増産見通しがついた矢先であり、紙・パルプ業に対する１０％供給削減の流れの中で６～１０％の生産増にスローダウンせざるをえない事態は少なからず業界を動揺させた。これに対し、紙業界側の便乗値上げなど石油ショックの持つ意図的な側面を見とおした上で、経営危機打開のための決起大会を開催するなど腰を据えて対応した。買いだめ・売り惜しみへの対策や大手・中小企業間の格差解消を目的とした小口購入の強化などを軸として行政にも働き掛けて、この局面をしのいでいった。またこの際に、業界の要望にすぐ応えられる行政をとの期待から、当地域も政治力を備えるべきだとする動きが生まれたことは大きな変化であろう。

(5) 地域内の土地利用

印刷業のうち、細分化された写植・製版・印刷等の各工程を専門とする事業所は、原材料の調達・搬入の便のよさ、発注が容易で顧客が近いこと、技術者の確保等の点で、産業集積による経営上のメリットを見出している。こうした考えのもとにこの土地を選択した事業所によって形作られているこの地域の土地利用はどのようなものだったのだろう。

集積度の高まり

印刷四大大手企業の一つ、大日本印刷が都内でも比較的安価な榎木町周辺に工場を設置し、印刷関連業者の集積が進んでいったことは、既に述べた。昭和30年代から昭和50年代の初頭にかけては、多数の企業が転廃業してはまた多くの企業が開設されるという、当初より続いていた都市型産業の新陳代謝の活発さが土地利用の面にも表れていた。

新宿区の早稲田鶴巻町・山吹町、文京区の間口一丁目では、区画整理をともしなわれない道路建設が行われ町並みにもゆとりがあったが、そうした建設が進むにつれ次第に空き地が見られなくなっていったのがこの頃である。印刷関連の事業所もおおむね増加傾向にあって転出よりも転入が目につき、新社屋や共同施設、新宿印刷会館の建設などで集積度は増していった。東五軒町では材料置場とその周辺が整理されて東京出版が転入してきており、大企業もこの時期移転してきている。

用途地域地区改正に際して

新宿支部から新宿区議会議員に選出された舟木印刷社長の舟木氏より都市再開発法の議案の情報を得て、同法の下に発足した新宿区用途地域地区改正協議会に副支部長を業界代表の委員として送り出す等、組合を中心とした用途地域地区改正問題への取り組みが1971(S . 4 6)年に始まった。当時はこれに関連して、「大日本印刷周辺地域が住民の要望で準工業地域に変更になりそうである」とか「世田谷区・目黒区では住居地域内の印刷工場が立ち退きを迫られている」等の話が聞かれた。建築基準・公害防止等の規制が地域によっては極めて厳しくなり、企業経営ができなくなるのではと懸念したのである。

そこで支部では、新宿区役所の建築部長・公害課長らを招き懇談会を開くなどして、行政側に新宿区内における重点産業である印刷業に対する配慮の意志があることを確認しつつ用途地区指定に業者の声を届かせるために動き出したのである。この懇談会は、改正試

案についての地域住民に対する行政説明会が開かれる前に開催されており、号外が配られ地域をあげての運動は力強く展開していった。この号外では、住民説明会の当日に渡される地域地区改正要望書の内容及び好ましい記入例が提示されており、地域による差異、事業所規模による差異を越えた集積地内の意思の統一が急務であり、そのためには相当直接的な方法で纏め上げていくことも厭わないという切迫した状況が見て取れる。これに加え、組合本部の総代会においても新宿総代からの緊急動議によって、「組合の事業計画に掲げられている環境保全整備のための対策に関連して地域地区改正の問題が取り上げられてしかるべきである」との問題提起がなされ、地域地区改正の特別委員会設置を賛成三分の二以上で可決する等の行動力を示している。こうした動きの中で、用途地域地区改正の問題に直面して高揚した組合員の意識が、当時進行中の構造改善事業の推進力となっていたと見ることができよう。印刷業が地域地区改正に及んでこうした取り組みをする上では業界エゴに陥ってはならないこと、また規制がなかったとしても騒音防止等の対策は依然各企業の課題であることが広く認識されるように努めたのである。また普段組合事業に非協力なある印刷会社を引き合いに出し、調査書が未提出であったため区役所に工場の存在が確認されず、その周辺地域が住宅地域に変更される試案になっていることなどを示し、日ごろからの積極的な組合参加を促すということもあった。地域が法規によって揺さぶられ、結びつきを強める一つの機会を得たというところである。

万全の布陣で臨んだ新宿の印刷業界に対して、行政側は「建物が適法であっても動力等が法の範囲を越えた場合には、周辺の住民関係等も見合わせて公害防止条例の適用も有り得る」といった厳しい指摘もしつつ、「振動規制が適用されても、調査の結果からするとほとんどが基準値内であり苦情もあまり出ないだろう」、「違反があった場合にも、長年そこに住んできたところに関しては常識的に黙認し、悪意なく営業してきた既得権はそれとして認める」と、おおむね理解ある姿勢であった。行政としては、改正の趣旨を理解してもらい、できる限りの改善に努めてくれれば地場産業としての印刷業の主張は十分に認めるというものであった。そうした背景から実際には、中小工場の育成も考え合わせた準工業地域の指定がなされたため、法の規制による不自由さを強いられるようなことはなかった。ただこのような地域をあげての活動なくして、行政の印刷業に対する理解が十分に地域地区改正に反映されただろうかと考えると、やはり企業間の団結なくしては切り抜けられない局面があったと言えるだろう。

第 2 項 商店街の盛り上がり

(1) 印刷業の様子と商店街

昭和 3 0 年代初期の週刊誌ブームの盛り上がり以降、印刷業関連の工場数は増加していた。この頃から、新宿区、文京区への印刷関連業の集積も生じ始め、「町内の 8 0 % が印刷業関係の人だよ。(東山吹町会長、古山さん)」という声が見えるような現在の集積の状況が見られるようになっていった。工場数の増加に伴って従業員も当然増加する。当時は住み込みで働くことが一般的であったため、従業員は最寄りの商店街である地蔵通り商店街の新しい客として定着していくこととなる。

新しい来街客を迎えた商店街は、高度経済成長期に入り国民の生活水準が向上し人々の購買意欲も増したことも受けて、徐々に戦前の盛況を取り戻していった。商店街が活気を取り戻していった様子は、店舗数が昭和 3 0 年の 3 8 店舗から、翌年昭和 3 1 年には 6 3 店舗へと大きく増加していることから推測することができる<図表 4 - 3 - 1 参照>。商店街にとって、大人数である工場従業員は大切な客であった。ゆえに新規顧客となった工場従業員の生活スタイルに合わせて、地蔵通り商店街を始めとする近辺の店は「夜中の 1 0 時、11 時までやっていた。(鶴巻北町会長、山崎さん)」という。しかし工場の増加によって周辺の店が活性化された反面、「昔はうちも(となりの)印刷工場の音がうるさくて苦情を言いに行ったことがあったよ。他でもそういうことはあったと思う。夜中とかまでやってたりしたしね。(東山吹町会長、古山さん)」というように騒音等に対して住民から不満の声があがることもあった。

昭和 3 0 年代から昭和 4 0 年代にかけて地蔵通り商店街は、このように工場の増加と共に戦後の荒廃から活力を取り戻し始めた。そしてハード面の整備と独自のイベント考案を積極的に進めて商店街らしいまちづくりを目指していった。その努力が実り、昭和 4 0 年代には、毎日一万人の買い物客を集めるほどの賑わいを見せるようになっていく。

(2) ハード面の整備

戦争の直後、地蔵横丁親睦会の人々は、戦前の活気を取り戻そうと焦土と化した土地に板を渡して歩く道を作った。また木の柱で明かりを灯すなど、売るのがほとんどない状態にもかかわらず明るい商店街らしいまちづくりを目指し、力強く復興していった。昭和 3 0 年代に入ると、工場の集積によって来街客が急増したことを受け、親睦会の店舗数も増加し、商店街は徐々に活気のあった戦前の姿を取り戻し始めた。そんな中、1 9 5 6(S .

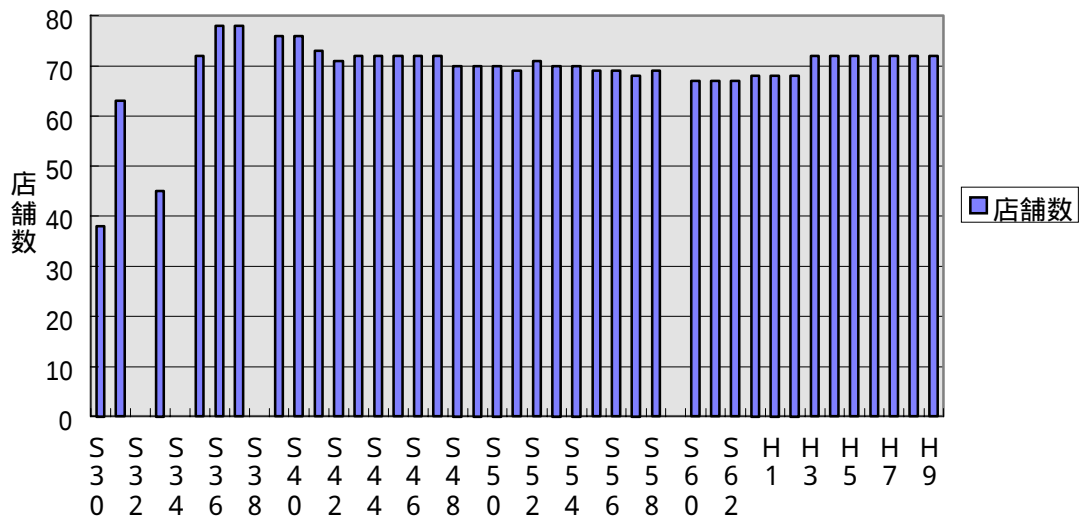
31)年の総会では、「横丁ではスケールが小さく、野暮ったい」という理由から会の名称を「地蔵横丁親睦会」から「地蔵通り親睦会」に改め、客数に見合うようハード面の整備を充実させようという動きが現れた。具体的には、当時賑やかだった銀座を見本にして、「華やかにするため」に木柱街路灯が鉄柱のネオン灯水銀灯併用(10基)、単独ネオン灯(6基)に取り替えられ、商店街の東西の入り口にはアクリル板アーチが建設された。1970(S.45)年になると、更に水銀灯に取り替えられ、東西アーチもアルミ板で新しく建設された。ハード面の整備は、特に客の多い昼間の美観を考慮に入れて行われ、使用する器具にも細かい注意が払われた【注2】。

当時の地蔵通り親睦会の人々の積極的な活動からは、戦後から再び盛況を取り戻していく様子と人々のやる気をうかがうことができる。

(3)ソフト面の充実

1950(S.25)年の歳末連合大売り出しを始めとして恒例となった売り出し。その宣伝方法である仮装行列。このようにソフト面においても、来街客をより多く集めよう、商店街をより華やかにしようとして商店街の人々が団結して努力していく姿を見ることが出来る。昭和30年代に入ってから、役員や店主の間から活発な提案が挙がりどんどん新しいイベントを展開していった。1962(S.37)年の中元売り出しでは、好評を博した仮装行列が再び実施された。またこの年の歳末売り出しでは、文京区で初めて飛行機を使って機上からチラシを撒くという思い切った方法で喝采を受けた。会の名称を改めた1956(S.31)年には、祝賀記念として店主、従業員ら三十余名がそろいの半纏姿で自転車隊を組織して近隣の街をくまなく巡回し、街の人々や買い物客に商店街の名前入りの風船を配った。同じ年の八月には、役員の中から商店街全体に七夕の装飾を施すというアイデアが提案され、過半数で可決されて実行された。この七夕装飾は、来街客に大好評だったということで、10年間は続行された。しかし全店の参加は不可能であり、そのうち製作に骨が折れるので中止しようという意見が出た。全店による投票で中止が決定し、文京区および区商連からは大変惜しまれた。コミュニティの強固なつながりが、役員を始めとする店主全員の協力を可能にしたのだろう。このような努力により、地蔵通り商店街は、印刷工場関係者、文京区民、新宿区民だけでなく、都外などの遠方からも多くの客を集めることに成功し、戦前を凌ぐ賑わいを見せていった【注3】。来街客の増加と共に、商店街の店舗数は増え続け、1961(S.36)年には最高の78店舗を数えた<図表

地藏通り商店街店舗数の変化



：商工会議所文京支部より

	店舗数		店舗数
S 3 0	38	S 5 2	71
S 3 1	63	S 5 3	70
S 3 2		S 5 4	70
S 3 3	45	S 5 5	69
S 3 4		S 5 6	69
S 3 5	72	S 5 7	68
S 3 6	78	S 5 8	69
S 3 7	78	S 5 9	
S 3 8		S 6 0	67
S 3 9	76	S 6 1	67
S 4 0	76	S 6 2	67
S 4 1	73	S 6 3	68
S 4 2	71	H 1	68
S 4 3	72	H 2	68
S 4 4	72	H 3	72
S 4 5	72	H 4	72
S 4 6	72	H 5	72
S 4 7	72	H 6	72
S 4 8	70	H 7	72
S 4 9	70	H 8	72
S 5 0	70	H 9	72
S 5 1	69		

<図表 4 - 3 - 1 >

4 - 3 - 1 >。その後も高い集客力を保ち続けた結果、昭和40年代は毎日1万人の買い物客が地蔵通り商店街を訪れ、雨の日には傘をさしてまっすぐに歩けなくなったという。

(4) 交通

戦後復興後、買い物客を集めようとハード面やソフト面で一丸となって創意工夫を続けてきた地蔵通り商店街は、昭和30年頃にはかなりの盛況を誇っていた。そのため商店街は、客を集める努力をすると同時に来街客が買い物をしやすいように配慮する必要性が生じ、文京区の商店街の中で一番早く交通規制を実施することになった。しかし交通規制はすんなり実施できたわけではなかった。「(車の通行の妨げとなるので)道路に店を出すことに警察がうるさかったし、お客様も買い物がしにくいだろうってことで、銀座を見本に規制しようってことになったんだ。それで(当時の親睦会長が)週一で警察に通いつめて説得した。」ことによって実現したという。

岩戸景気の1959(S・34)年に、まず特に客で賑わう夕方の四時から七時の間で東西の通りの車両の通行が規制された。続いてもう少し長い時間での車両の規制を望む来街客の声に答える形で、1968(S・43)年には更に一時間延長され、夕食の買い物の時間帯である三時から七時の間が交通規制された。買い物客には、人で埋め尽くされた通りに突然車が入ってくるという危険がなくなり、子供づれでも安心して買い物ができると好評であった。1971(S・46)年に入ると、週末の混雑が考慮され日曜日が全面的に車両の通行禁止となり、「歩行者天国」が実施された。商店街は交通規制する際に、本の搬出のために道路を頻繁に利用していた周辺の印刷工場の車に配慮しなければならなかった。日曜日は、印刷工場の車両の通行が活発な平日に比べ、周辺の工場の休みが多いので全面通行止めを行うことが可能だった。しかしそれでも「印刷所に予告をしないでいたから怒られた」という。この時期は、飛行機を使うといった斬新な宣伝方法や交通規制などによって、「文京区商店街理事会の中での知名度も上がった。」という。近隣の商店街からの注目度、店舗数、来街客数の面から考えて、高度経済成長の最中であった昭和30年代、40年代は、地蔵通り商店街の賑わいの頂点を極めた時期であったといえるだろう。

第3項 水害の影響

(1) 地域の様子

印刷業が多く集積する新宿区には、北部を東西に貫通する神田川及び妙正寺川が流れて

いる。ともに一級河川の適用を受ける両河川が、新宿区の水害の引き金となった。新宿区では、昭和30年代に入ると道路行政の重点が復旧から整備に移り、舗装改良10ヶ年計画に基づいて改良工事が実施された。私道についても舗装化を促進するため、幅員4m以上の利用度の高い私道に対して、補装または補修費用の90%以内を助成する補助金交付制度が設けられた。このようなインフラ整備により、神田川・妙正寺川流域では都市化が進み、土や緑の部分が減少して建物や舗装などで覆われた部分が多くなった。両河川流域の都市化の進行によって、それまで地上にたまったり、地中にしみこんで徐々に川へ流れていった雨が、地上や地中に一度蓄えられることなく両河川に一気に流れ込むようになった。この結果、台風に見舞われると川から溢れた水が、この地域に大きな被害を与えることとなる【注4】。「昔は（水害は）なかった。数寄屋橋付近の都心の川を埋めてしまった影響もあるだろう。五軒町から飯田橋とか、高田馬場とか水害の度に被害の場所が変わるのも都市化の影響じゃないかな。（滝沢新聞印刷、滝沢さん）」という声があるように、都市化が水害の大きな要因となったと思われる。

文京区の地藏通り商店街も、南に牛込台を背負う低地にあり、北には江戸川がすぐ近い。1953（S.28）年に下水管が敷設され、道路がアスファルト舗装されるまでは、雨や雪の日にはまるで泥沼のようになるのが常であった。それ以降も、ちょっとした大雨が降ると「ここは地盤が低いため、両脇の高台から水が流れ込んできて（東山吹町会長、古山さん）」たちまち出水の危険にさらされ、神田川の氾濫、下水の逆流などによる水害が日常茶飯事となっていた。地藏通り商店街の名前の由来である「地藏」も、1873（M.6）年に起こった小日向江戸川増水によって地藏像が漂着したことによる。

（2）被害の様子

昭和30年代から印刷業、商店街ともに1957（S.32）年の暴風雨、1958（S.33）年の台風22号（狩野川台風）と数回に渡り大きな水害の被害を受けてきた。中でも被害が顕著であったものとしては1958年の台風22号が挙げられる。この台風では、東京の印刷工業組合員300人が被害に遭った。「製本業なんかは、紙の被害でしょう。積んだ紙がふやけちゃって、天井に張りついてとれないってこともあった。（鶴巻北町会長、山崎さん）」というように、人的被害の他にも紙材や機械も大きな被害を受けた。商店街でも、二階の天井に届きそうなほどの水が溢れて店も使い物にならなくなった上に、商品も流された。「一人が死亡しました。当時は建物が悪くて二階建てが少なかったから、二階の

ある家に避難させてもらう人もいた。」「戸がしっかりしていなかったから、商店街の方に歩いていったら（商品と思われる）下駄がぶかぶかと流れてきた。（鶴巻北町会長、山崎さん）」という言葉から、人々が大洪水に翻弄された様子がうかがえる。だが商店街の各店は、これを機会に終戦直後に建てたバラックを建て替えて、新しい装いの商店街への転身に成功した。台風22号に直撃されたことで、商店街は甚大な被害を受け、後片付けに追われて毎年行っている商工会議所に対する店舗数の申請もできなかった。しかし、水害によって「店の数は変わらなかった。大変だったが水に負けて他所に行く店はいなかった。」という。店舗数が減少しなかったのは、古くからこの地に店を構え続ける店舗が多く、苦難に際しても相互に助け合うネットワークが存在していた上に、商店街が集客力をつけ始め商売をするのに適した環境であったからであろう。

工場や商店街のみならず、周辺の民家も浸水した。床上浸水などの被害に対しては、災害救助法が適用され災害見舞金二千元が贈呈された。しかし被害の大きさと見舞金の金額は見合うものではなかった。「車も浮いちゃって、ボートが出る位の被害だった。後片付けでは、家の中のゴミを全部道路に出したから、道路の真ん中は砂の山になった。それを役所が消毒した。（鶴巻北町会長、山崎さん）」というように人々は使用できなくなった家具などの始末に追われた。被害をそれほど受けなかった地域も、人々は一時的に安全な所に避難するなどの精神的苦痛を味わった。

印刷業にとって、水害により機械の故障や紙材の損失、工場の内外に高く積み上げられた印刷用紙が水に流されて作業員が危険にさらされるといった被害を受けることは大きな問題であった。なにより、水害の度に納期を延長するようでは、地域一帯の印刷業が得意先の信用の危機に立たされることとなる。文京区側の被害は特に甚大で、新宿区側ではほとんど被害を受けていない所もあったというように場所により被害の大小はあれど、周辺の印刷工場は皆、実質的な損害や信用喪失といった被害を受けた。水害は印刷業に大きな影響を与えていたといえるはずだ。

商店街にとっても、大雨によって家具や商品が水浸しとなるのは大きな悩みであった。「商品に保険をかけるとしてもむざむざ商品を水浸しにすることは忍びないから自分達が濡れるのも構わず商品を二階にあげる。台風が通過したら、今度は一階に降ろさなければならぬ。大変ですよ。（マツムラさん）」という声からわかるように、人々はちょっと強く雨が降る度に、警戒して商品や家財道具を安全な場所に移動させた。水害を避けるために他の場所へ移転する店はでなかったものの、店主らの水害に対する恐怖は大きかった。

このように水害の被害が甚大であったため、住民、印刷業、商店街すべての方面から早急に治水工事を望む声が挙がっていった。

(3) 水害対策

「Ｓ３２年までは、あんまり大きな被害がなかった（鶴巻北町会長、山崎さん）」が、その後集中豪雨の被害が相次いだことで恒久的水害対策の必要性が顕在化していった。治水対策を求める声が高まる中、まず印刷業の中から１９６２（Ｓ．３７）年に神田川治水対策協議会が発足する。続く１９６５（Ｓ４０）年には「各町会のブロック長や役員達が自発的にどうにかしなくちゃということになり、合同し（東山吹町会長、古山さん）」て、関口町会、関口一丁目南部会、関水町会、古川松ヶ枝町会、小日水町会、武島会、西江戸川町会、水道端町会、後楽町会による神田川治水対策協議会も結成された。九つもの町会が協力して協議会を作り、活動が続けたことから、町会内部また町会同士の強いつながりを見ることが出来る。協議会はまず文京区議会議員らに働きかけを行った。これにより、まず１９６６（Ｓ．４１）年７月に区議３３名から、続いて１９６７（Ｓ．４２）年７月に区議１０名から議長に対し「江戸川(神田川)等溢水防止策促進に関する意見書」が議員提出され、区議会で原案可決された。

具体的な内容としては下記の通りである。

１９６６（Ｓ．４１）年７月５日意見書提出

「江戸川(神田川)等溢水防止策促進に関する意見書」から抜粋

『去る六月二十八日襲来の台風四号は再び江戸川並びに藍染系統下水を溢水に至らしめ、当区内関口水道町、小日向町、松ヶ枝町、西古川町、東古川町、関口町、水道一丁目、水道二丁目、後楽一丁目、後楽二丁目並びに根津一丁目、根津二丁目、千駄木二丁目の住民１，１１４世帯、３，４６０人が水禍に見舞われ、床上浸水等甚大な被害を蒙ったので、災害救助法が適用された所以であります。この地域一帯は、当区内といたしましても有数の中・小商工業繁華の場所で、これら災害により及ぼす影響はすこぶる大きく商工業の発展に著しい妨害と周辺地域住民の不安と恐怖を益々増大させるばかりで、今後再びかかる事態を繰り返さぬため一刻も早く解決策実施の必要を痛感するものであります。』

１９６７（Ｓ．４２）年７月９日意見書提出

「江戸川(神田川)等溢水防止策促進に関する意見書」より抜粋

『中略 昨年六月の四号台風では当区関口一、二丁目、水道一、二丁目及び後楽一、二丁目の住民が水害に見舞われ、床上浸水 5 3 2 世帯、床下浸水 5 8 2 世帯に達し商品家財等にも甚大な損害を受けたので災害救助法が適用され本区といたしましても災害見舞金二千円を贈呈し又塵芥処理、防疫対策として消毒また特別区税の減免等周辺住民のために実施したわけであります。更により深く之が対策について前進的な計画を立てています。中略 付近住民は三十分ごとに川をのぞき商品家財を安全な場所へ移動するなど精神物質の両面の被害を受け不安と恐怖を益々増大させるばかりでなく延いては本地区の商工業の発展にも著しい阻害となっているわけでございます。従いまして、この附近住民の不安と恐怖を除去する抜本的対策こそ喫緊事と痛感いたしますので本河川改修五ヶ年計画では遅すぎる。下記について早急に実施されるよう強く要望いたすものであります。

- 一、神田川上流及び妙正寺川、善福寺川の改修に比し、本区域の河川の改修は非常に遅れておりますので水道橋附近より江戸川橋迄下流より上流に向かって川巾の拡幅及びパール打込工法による河床の本格的堀下げの即時着工、向后一年間の間に実施完成させること。
- 二、江戸川橋、流域、電車通り側二回に亘り、嵩上げの結果、水量限界まで達する場合、地面に比べ水面が著しく高くなる。この為昨年の雨台風四号による被害はマンホールより噴出したものもあります。この為の措置を適切に行うことは絶対に必要であり、下水道の掃除を含めた調査、企画、応急対策を講じること。
- 三、現在高速道路五号線が築造されておりますが、増水期を迎えこれが対策に万全を期するよう厳重な監督とこの措置の即時実施。
- 四、医療防疫対策ならびに税の減免範囲の拡大、融資対策等水害発生時には直ちに之が実施出来ますよう万全の態勢を整えること。』【注 5】

協議会は更に、1967(S.42)年10月、都知事と都議会議長に対し、治水対策を急速に進めるように住民の署名を添えて請願・陳情を行い、都河川局下水道局に強く交渉しながら具体的な折衝を重ねていった。住民からの粘り強い要請と行政の水害に対する認識の結果、昭和44年頃より、江戸川橋 - 下水道管一本埋設の工事が進められ始め、昭和47年から昭和52年にかけて江戸川橋から白鳥橋、江戸川橋から船河原橋にそれぞれ放水路二本、全長1.644kmが作られた。昭和38年に作られた湯島ポンプ場、大正3年に設置された三河島処理場も、次々と機能を拡大するための諸工事がおおむね順調に進行了。しかしポンプ場などの対策は万全ではなく、昭和50年代にはいっても水害は繰

り返さた。文京区の町会の多くが被害を受けたことを考慮しても、比較的早く9つもの町会が自発的に連帯して対策協議会を発足させたのは、この時代のコミュニティの強い関わりがあったからこそであろう。

第4項 有楽町線開業

1974（S・49）年10月30日、営団地下鉄有楽町線、池袋 - 銀座一丁目間が開業し、地蔵通り商店街から徒歩3分ほどの場所に江戸川橋駅が誕生した。これにより、池袋、銀座、新宿等の商業集積地へは、10分から15分を要するのみと所要時間は短縮され、交通の便が大きく向上することとなった。

この営団地下鉄有楽町線の開業の与えた影響は、印刷業と住民、商店街では異なったものであった。印刷業関係者にとっては、道路を使わずに仕事を取りに行けるようになり、従業員は通勤しやすくなった。そのため住み込みの必要性は薄れ、有楽町線開業は、時代の流れとともに増加しつつあった従業員の通勤化に拍車をかけた。周辺住民にとっても、有楽町線の開業によって、都電やバスを使うよりもずっと手軽に繁華街に足を伸ばせるようになり、「東西線や有楽町線で池袋や銀座にいきやすくなったから、洋服なんかも近くでは買わなくなった。（鶴巻北町会、山崎さん）」という。地域の交通の便は、有楽町線開業によって格段に良くなったために、住民の購買意欲は地域の外に向かっていった。

印刷業者や住民にとって好ましいものであった有楽町線開業は、商店街には悪影響を与えた。工場従業員の通勤化や来街客の繁華街への流出により、商店街に客数の大幅減少という事態を招いたのである。商店街の店では、「有楽町線ができて客の数は目にみえて減って、売り上げにも響いた。（伊勢源さん）」という。人々が繁華街などで買い物をする回数が増えたことで、特に買い回り品の売り上げは大きな影響を受けた。当時の店の配置図を見ても、昭和49年の商店街は会員70店、うちスーパーマーケット2店、ストアー1店、食料品店が中心で買回り品がそれに続いていたが、有楽町線の開業の影響によって買回り品小売り店舗数は減少し、他の業種に変わっていったことがわかる（図表4-3-2参照）。

有楽町線開業による来街客数の大幅減少は、水害による被害と共に商店街にとって大打撃となった。そして毎月1万人の買い物客で賑わっていた昭和40年代をピークに、来街客は減少し始め、商店街は徐々に衰退傾向を見せ始めていった。

第 5 項 まとめ

高度経済成長期の昭和 30 年代、昭和 40 年代は、経済の急速な発展に伴い、印刷業、商店街共に成長した時代であった。印刷業では、慢性的な労働力不足から労務管理や福利厚生といった体質改善に乗り出し、経営の面でも技術革新や企業間の協業化が重要視され始め、変革の時期を迎えようとした。印刷業者の活動を見ると、「新宿一家」と呼ばれるような中小企業の強いネットワークが存在していたことがわかる。ちょうど昭和 30 年代から大きな被害を受けるようになった水害や有楽町線開業と時代の流れがあいまって、工場の地方への移転や従業員の通勤化等の形態の変化も生じた。

好況による工場数の増加に伴って周辺の店は復興から活気を取り戻し、中でも地蔵通り商店街は独自のハード面、ソフト面における努力から一際賑わいを見せるようになる。しかし昭和 40 年代後半から地蔵通り商店街は、水害や工場従業員の通勤化、有楽町線開業といったマイナス要因によって賑わいが陰りを帯びていく。工場の増加と共に、商店街は盛況になり、工場従業員の形態が住み込みから通勤へと変化するにつれ集客力の低下を示していくことから、印刷業が商店街に強い影響力を持つことが推察できるだろう。これらの事実から、この時代に中小企業は職人気質を土台としたネットワークを築き、近代化の波の中で自らの身を守っていたことが考察される。神田川治水対策協議会の行政への熱心な働きかけからも、住民の水害への恐怖と町会内外の横のつながりといったコミュニティの強い関わりあいが見て取れる。そうしたネットワークとコミュニティの強い関わりあいの中に取り込まれていたのが、商店街のハード面の整備やイベントの考案、実施という努力が実を結び、来街客を集めることができたのだろう。だからこそネットワークとコミュニティが徐々に崩れていった昭和 50 年代からは、商店街の活動が集客力の強化につながらないのではないだろうか。

【注 1】印刷法的一种。印刷される部分には脂性インキが付き、その他の部分は水で湿してインキをはじくようにした版を用いる印刷。版の像をまず圧胴上のゴムブランケットに転写し、これをさらに紙の上に写して印刷を行う。

【注 2】「全国商店街名鑑」全国商店街振興組合連合会

【注 3】「全国商店街名鑑」全国商店街振興組合連合会

【注 4】「東京都新宿区地域防災計画」(平成 5 年修正)東京都新宿区防災会議事務局

【注 5】「文京区議会史概要」

第4節 低成長期からバブル期

第1項 印刷業における変化

(1) 印刷方式の転換

日本社会全体における消費構造の変化、先端技術の急展開に印刷業はこの時期大きな軌道修正を迫られた。量産化時代と決別し、ハイテク化、ファッション化といった動き、高度情報化社会という時代の中で激しく変化する得意先のニーズに柔軟に対応し、そして更なる短納期化の要望に応えなければならなくなった。これには、1980(S.55)年の日本語ワープロ商品化とその後の急速な普及、といった時代背景も無視できない。そういった時代の波の中で、更なる生産の合理化、設備の強化を推し進めなければならなくなった印刷業は、ついに活版からオフセット印刷へという印刷方式の大転換期を迎える。

オフセット印刷への切り替えと、電算写植【注1】の導入は、後で触れるように事業所によって差はあるものの1980年代の始め頃(S.55頃)から徐々に始まっていくといえる。活字の版が電算写植による版に変わること付随する形で、同時に印刷機も活版印刷機からオフセット印刷機に変わることになる。この移行は、熟練工が原稿を見ながら一文字一文字活字を拾って版を作っていくという手作業の職人的世界との離別という大きな意味を持つ。工程の多くを機械が担うことで生産スピードは格段に上がり、作業の“時間が読める”ようになるため、得意先の依頼どうりの製品を指定期限内に生産することが出来やすい環境になるのである。しかし、このような大転換にあたってはハード面およびソフト面の全面的変更が必要となり、多大なリスクを伴う可能性も大きく、でもそれに対応していかなければ印刷業としてはさらに苦しい状況となってしまう、ということで各事業所は判断に苦悩することになる。

このように新しい印刷システムへの転換を強いられるこの時代は、各事業所にもそしてこの地域全体にも大きな変化を与えることになった。その様子を以下に見ていくことにする。

(2) 各企業の対応

限られた作業場面積の利用

当対象地域に関しては、都心であり、地価高騰ほか様々な制約のために用地拡大が不可能であったことが大きな特徴である。そこで、「空きスペースを無駄にしない事業計画を立

て、需要とのバランスを取りながら設備を取り入れるようにしている(日本ハイコム(株)東京支店 斎藤さん)」というように、スペースを有効に利用する工夫をはじめとして、活字の受注を調整しながら新設備への切り替えを図るなど、時代の転換に合わせて新技術を導入していく必要があった。オフセット印刷機のようなかなりのスペースを要する大型の機械も、不要になった活字文選スペースをうまく利用して対応した事業所が多い。(株)理想社でも、「1958(Ｓ．33)年の新社屋設立以来、機械導入などのためでも作業場面積拡大の必要を感じたことはない。」という話である。この頃導入される、よりハイレベルな生産設備は一般的に大型化しており、作業場面積の制約から導入不可能な事業所もないわけではなかったが、ほとんどの事業所では、活字を置くスペースが不要になったことと同時に、新設備が工程の連続化促進を想定して改良されていたために、作業場面積拡大の必要性に迫られるには至らなかった様だ。このことは、他産業が用地確保のために都心から郊外へ工場を移転させていく中、この地域の印刷業がこのような都心部で集積度と活力を保つことが出来た要因の一つであるといえるだろう。

雇用問題

以上のように設備そのものを導入することにはさほど問題はなかった事業所でも、生産システムが大きく変わることによって生じる問題はあった。その一つに雇用問題、新設備に適応できる人材の確保の問題が挙げられる。新設備を扱える人材を新たに雇用するあるいは育成する必要が生じ、活字・活版になくてはならない存在だった職人は不要になってしまうのである。実際には、「活字を扱っていた人がそのまま電算に移行し、雇用関係にそれほど大きな変化をしなかった。(株)理想社)」というように、活版時代からの従業員を教育訓練によってそのまま新技術へ移行させたという事業所も多い。しかし比較的若い従業員はすぐに一定の新しい技術力を身につけ操作が可能になっていくが、長年活版に従事してきた高齢の熟練工にとって、新しいシステムに順応することはそう簡単ではなかったようだ。その結果多くの退職者を出すこととなり、必要な人材の確保が予定どおり進まないために、過剰設備の状態を招くなど、投資が裏目に出てしまったという事業所もあった【注2】。こうして経営の中で雇用問題にどれだけ重点が置かれているか、その重点の置き方の差が各事業所ごとに表われてくるのだが、どこでも各自の経営を維持することで精一杯なのであり、後継者が見つからないまま廃業を選ぶところも出てくるのだ。

転換の時期と職人の行方

設備投資資金の調達、必要な人材の確保ほか、さまざまな問題が生じてくる中、あらゆるトラブルを避けるためには、各事業所がこのシステム転換の最善の時期、タイミングを見計らうことが重要であった。

業種によっては、活字のほうが見た目にもやはり電算の文字とは違って味があるということで、その活字のよさを生かそうと活版による印刷物の需要が続く得意先もあるため、簡単に活字をやめることもできなかった。書籍印刷の(株)理想社では、1985(S.60)年に、電算写植を取り入れていながらも、「活字での依頼が続いたために活字の使用を完全に止めたのは1992(H.4)年。」ということであり、現在でも紙型【注3】によって活字印刷物を製造することもあるという話だ。活版印刷物を、いつまで、どのくらいの量で続けるか、ということも考慮しながら、この転換を図る時期は各事業所の判断によってかなりの差が見られる。

また、この地域を全体的に見てもこの頃、従業員の高齢化は明らかであった。オフセットを導入すれば、変化に柔軟な若い労働者が進出していく中で、高齢化した職人、熟練工は、新設備に対応していくか退職するかという苦しい選択を強いられることになる。合理化と高齢化、この二つの時代の流れに挟まれ、企業としての生き残りもかかっているこの時代、各事業所がどこに生存戦略の重点を置くか、その違いがはっきりと表れたのである。設備投資資金と作業場面積の確保を済ませたことで新設備導入に踏み切った事業所内では、職人は残された少ない活版印刷物の需要に応える形で仕事を続けたり、あるいは新設備の扱い方を学ぼうと努力したりしながら、やがて定年退職を迎えていくことになる。数年のうちに職人が定年を迎えるということを見越して設備投資するところもあった。このように長年にわたって活躍してきた職人たちにとって時代の波は容赦ないものだった。

(3) 地域内の様子

受注構造とネットワークの変化

この時代、大手印刷会社ではすでに技術革新に伴って設備の導入によるほぼ全工程のカバーが可能になっていたため、その大手からの下請けは地域への還元といった程度のもとなった。印刷業集積地として印刷に関連する工程が細かく分業化され、その一工程のみを専門として担う業者が古くから集積しているこの地域では分業システムが成熟している。そのため中小企業からの受注を中心として経営する事業所が多く、集積地形成当初の大日

本印刷中心集積型の性格が失われ、中小企業間の横のネットワークがものを言う受注構造に変わってきている。中小印刷業者にとって、全ての工程を独自で行うことは困難であり、外部の経営資源を活用することが必要となり、そこで企業間ネットワークへの参加が重要となっている。技術革新が即、経営者を設備投資、内製化という段階に踏み切らせる傾向の強い写植等の分野では、業態変換をしなければ受注減の一途を辿ることになってしまう。それに比べれば、コストの方が気になりなかなか内製化できるものではない製版・製本の工程を受け持つ事業所が安泰かと思われるが、ところがそうでもなく、それらの工程にタッチしていない事業所は、技術革新に対応して当然というように外注内容を高度化させてくるので、こういった過程で転廃業に追い込まれた事業所が少なからずある。このように分業システムが経営を保証してくれるという訳にもいかないようであるのだが、当対象地域のほとんどの事業所では、その分業システムの整った集積地というメリットを生かそうという雰囲気強く、無理してまで内製化を進めて利益を取り込む気はなく、採算があう限り外注を利用するのが賢明と考えているようである。

ただし、この時代には、新たに次のようなことも言える。既に述べたように、各事業所にとっては、この地域のネットワークに参加していること、近隣の印刷関連業者たちと強く結びつきを持っていること、それがこの集積地での強みとして色濃く保たれていた。しかし、この時代の大きな技術革新では、各事業所での生き残り戦略の違い、また企業としてあらゆる面での力の違いが表れはじめる。それぞれが生き残りをかけて、技術革新の波に乗るそれぞれのベストな対応をとっていかざるをえなくなるのだ。大手企業のもと、その下請けとして支えあい強く連帯しているという雰囲気から、それぞれの企業が苦しい状況に立たされ、地域としてではなく自社の経営戦略としてのネットワークを見据えようとする方向に向かう。そしてそのなかで転廃業に追い込まれる事業所の発生もやむをえないと考えるようになる。ここに、各事業所ごとの個別的な対応という時代の色が見え始め、地域としてのネットワークに変化が見え始める。それぞれのやり方で新しい技術に転換していく、それが地域全体にも徐々に影響を及ぼしていくことになるのである。

公害問題の変化

公害問題もまた、この電算写植、オフセット印刷の導入により大きく変化した面がある。活字の時代には活字の鋳造に鉛が使われており、それによる鉛中毒の問題があったのだが、活字が使用されなくなることで、その問題もなくなる。1969（S.44）年の東京都公

害防止条例、１９７０（Ｓ．４５）年の公害対策基本法の制定を経てこの時代、公害への問題意識が社会全体で高まり始め、深夜にまで作業が及ぶ印刷業にも騒音・振動をはじめとする公害対策を求める声が上がりはじめたのであるが、徐々に各事業所における印刷方式の大きな転換により、生産の合理化が図られ作業効率もよくなったために夜間作業の必要もなくなった。「活字の時代は生産性が悪いから深夜作業をしなければやっていけなかったがオフセットになってからは作業効率もよくなり夜遅くまで残業するような必要はなくなった。（滝沢新聞印刷 滝沢さん）」という話からそれがわかる。また、「通常午後６時、忙しくても午後９時前には作業を終えることにしているし、作業場は防音のため二重窓をはじめころしにした。印刷工程で使われる薬品や廃棄物も専門業者に回収を委託してきた。（株）理想社）」というように、各事業所で、対策を講じていることもあり、騒音・振動ほかの公害も大きな問題にはなっていない。＜図４－４－１＞からも、工場の騒音、振動の苦情件数が一般の苦情件数と比較すればごく少数であることがわかる。

他産業においては、公害がその地域の土地利用を変化させるまでの問題に発展してしまうこともしばしばであり、実際にそうした変化の過程を経て現在に至る地域も多い。しかし、印刷業による公害の場合は各事業所での努力や工夫しだいである程度防止できる範囲のもので、土地利用に影響することもない、というところにこの地域と印刷業との関係における大きな特色があると言える。

第２項 地域再開発と土地利用の変化

この時期、特に昭和５０年代以降は地域再開発が徐々に始まった時期であり、早稲田鶴巻町・山吹町で道路整備や区画整理が進展し、幅員拡幅後の道路沿いに４階程度のビルが１０前後建つなどしている。【注４】この際、民家や印刷業者はほぼ移転しており整然とした土地に新しい事業所が入ってくるケースが目立った。この区画整理に関して、「印刷業にとっては交通の便をはじめとして利点は多いかもしれないが、住民や商店の方にとっては不快なことだったのではないか。（滝沢新聞印刷社長 滝沢さん）」という声が山吹町では聞かれる中、改代町の（株）理想社では、「道路に変化は全くなく、区画整理の影響は全く感じられない。」ということであり対照的である。しかし紙類の搬出搬入作業の際には細い路地では不都合なため、道路の拡幅は印刷業の操業環境向上をもたらしたといえる。

昭和６０年代に入ると急激な地価高騰と更なる地域再開発によって、産業全体に土地生産性の向上を強要する傾向が表れはじめ、これについていけない事業所を排除する方向に

働くようになった。小売業やサービス業といった第三次産業に比べ、この土地生産性の面で相対的に印刷業が劣っていることや、都心3区からの本社業務機能の外延化・都庁移転などが原因して業務化が進み、バブル経済期には業務機能への土地転用の需要と高層化の傾向が高まった。そうした新規の業務ビル参入にあたっては第一に工場用地が狙われた。それにはこの時代、工場経営者が周囲の環境などから企業経営に展望を持てなくなってきたという風潮も原因している。

こういった周囲の変化が、問題のなかった事業所にも影響を及ぼし、土地利用の動向が商業系に傾いていく中で、印刷業の立地環境は次第に悪化していった。新宿区・文京区の印刷業は職住一体型の事業所が多いのが特徴であるが、ここにきて工場スペースの確保と2・3世帯同居のための居住空間の維持とのどちらを優先させるかという選択に迫られている経営者も多く、高齢の場合には操業意欲を失ってしまう傾向にある。経営者・会社の土地所有率が比較的高い<図表4-4-2>この地域にあつては、こうした選択の一つ一つが土地利用に直接的に表れてきており、それは当対象地域におけるひとつの転機が始まりであった。しかし、移転の意志のない事業所がほとんどであるという現実からは、集積地のメリットがいかに評価されているか、また多少の産業構造の変化で転廃業はしないという事業所の力強さが感じられる。

第3項 地域コミュニティの変化

(1) 地域住民の変化

水害

対象地区は、台風上陸等に伴う集中豪雨に際し、毎年数回もの水害の被害を受け、長年の間、水害と闘ってきた地域である。度重なる水害に備えて、1962(S.37)年以来、治水対策の工事は着々と進められてきたが、神田川の改修工事や、一部の下水道整備の進行に比べ、建設計画に挙げられている五軒町幹線、水道一・二丁目の主要枝線、第二地蔵堀幹線、第二千川幹線、第二白山幹線等の雨・下水幹線の整備は大幅に遅れをとっており、昭和50年代に入っても水害は対象地区の住民にとっては、いまだに大きな不安要素のままであった。何とかこの不安を取り除こうという住民の熱心な働きかけにより、1976(S.51)年以降も、下水道整備や治水計画の早期実現に関する意見書が、各地区の区議員らによって区議会に頻繁に提出された。また、不採択ではあったものの120名の署名を添えた「下水道普及に関する請願」も、1978(S.53)年に住民側か

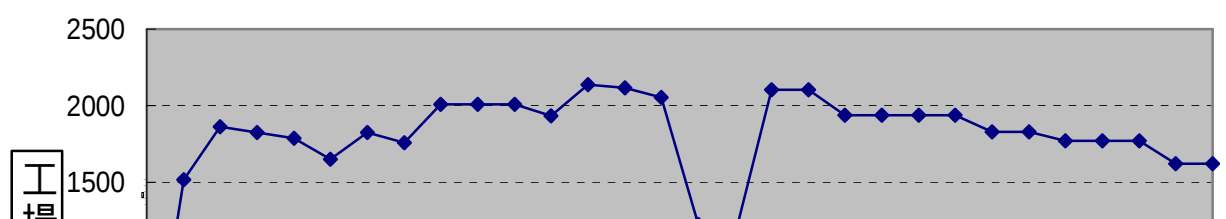
ら直接区議会へ提出されている。対象地区における水害は、この地域の住民に物理的かつ精神的なダメージを及ぼしてきたが、中でも特にその被害が大きかったのは、1982（S・57）年の台風18号の上陸によるものであった。神田川が氾濫し、新小川町から山吹町一帯では側溝やマンホールの水が逆流し、停電や床上浸水の被害が生じた。周辺の製本・印刷工場では、地下室に水が入り機械はめちゃくちゃになり、紙材も使いものにならなくなった。住民も家の中の家具や畳が水浸しとなり後始末に追われた。「それから皆、恐怖症になっちゃって、水害の度に避難して、何にも起こらなかったなんてこともあった。（鶴巻北町会長 山崎さん）」文京区関口一丁目から水道橋にかけての被害も甚大で、商店街では床上浸水が起こり、商品や店も被害を受けた。「昭和57年の被害もすごかったですよ。ずいぶん水がでましたから。（三吉ストア 中根さん）」商店街周辺の印刷工場も、機械や紙材に被害を受け、倒産や経営不振に陥ったり、またこれを機に水害を避けるために区外に移転したり、事務所の機能だけを残す、あるいは工場の高層化を行うケースが出現し、1982（S・57）年には2054あった文京区の工場は翌年には1223にまで減少した。またこうした工場の移転や形態変化に伴い、それまでの主流だった住み込みの従業員に代わり、区外から通勤してくる従業員の割合が高くなり、従業員数も2万749人から1万8417人へと減少した＜図表4-4-3＞。周辺の印刷工場の減少やその従業員数の減少、住み込みから通勤化への労働形態の変化は、商店街の来街客数の減少として現れ、印刷業と同様に大きな被害に遭った商店街にさらなる大打撃を与えることとなった。東京都印刷組合文京支部でも、度重なる水害の被害は人災であるとの声が高まり、改修計画・下水道整備計画の早期実現を都知事、都議会議長に請願した。その後、昭和60年代に入り、五軒町幹線の工事および後樂園ポンプ場の完工等、各治水工事が完成してからは、集中豪雨の時でも「一時間に50ミリまでは大丈夫（東山吹町会長 古山さん）」となり、それ以来、対象地区の住民を長年の間苦しめてきた水害は影を潜めるようになった。

だが、このような治水工事の完備にもかかわらず、未だに排水用ポンプを備えている事業所もある。商店街周辺でも、大雨が降るといまだに警報が鳴る。水害が対象地域に与え続けてきた影響がいかに大きいものだったのかがこうした点からもわかるだろう。

工場の減少（経営形態の変化）

「工場が減ったっていうのはね、子供が減ったことからわかるんだよ。昭和40年頃は

文京区工場数の推移



	工場数		
S 4 3	1513	S 6 0	2105
S 4 4	1860	S 6 1	1936
S 4 5	1822	S 6 2	1936
S 4 6	1788	S 6 3	1936
S 4 7	1648	H 1	1936
S 4 8	1825	H 2	1828
S 4 9	1759	H 3	1828
S 5 0	2007	H 4	1768
S 5 1	2007	H 5	1768
S 5 2	2008	H 6	1768
S 5 3	1931	H 7	1618
S 5 4	2137	H 8	1618
S 5 5	2116	H 9	1618
S 5 6	2054		
S 5 7	1223		
S 5 8	1145		
S 5 9	2105		

<図表 4 - 4 - 3 >

5 5 0 人くらい小学生がいたのに、いまはどのくらいだろう。1 0 0 人くらいかな、とに

かくどんどん減っちゃって。工場に仕事が来なくなって、ほら、大手が全部自分のところでやっちゃうから。家族経営の工場は、練馬とかに移転していった。工場の跡地は、この地区の場合、マンションになったのが5カ所、あとはそのまま住宅として使ったり、建て替えたりして、主に住宅として利用されている。他の業者が入ってきたところは2、3つあったな。（東山吹町会長 古山さん）」

水害による影響は対象地区内の印刷業者の転出入や新技術導入に拍車をかけ、電算写植・オフセット印刷からDTP導入に至るまでの一連の技術革新の影響による印刷業の経営形態の変化は、対象地域のコミュニティに変化を及ぼした。印刷業の経営形態は住み込みから通勤が主流となり、それまでの主流であった職住一体型の印刷業関係者が減少した。また、移転、廃業した印刷工場の跡地はビル化して、テナントが入ったり、マンションとして利用されるようになり、そこへ新しい住民層が流入した。こうして、集積以来、この地域の特徴であった職住一体型の住民構成が崩れ、職住一体型と職住分離型の住民構成による新たなコミュニティが形成されていった。

より良い住環境を手に入れるため、力を合わせて水害問題に取り組んできた対象地域の住民の団結力は、住民層の入れ替わりによりその力を失っていく。インフラの問題に長い間苦しんできた昔からの住民層と、整備完了後に入ってきた新しい住民層とのまちに対する考え方に大きな差があったためである。

（２）新住民との確執

「近所づきあいは、昔と比べると全然なくなっちゃったねえ。新しく入ってきた人たちは、自己主義的な人間が多いんだよ。町内会費の話を持ちかけても、町内って考えがあまりないらしくって、いやがるし。過去一軒だけ、積極的なところがあったけど。（東山吹町会長 古山さん）」

新しい住民層が流入し、住民同志のつながりが変化した。下町的な近所づきあいは減少し、昔からの住民と新しい住民との間に、対立とまでは行かないものの、亀裂が生じている。その一つが、町内会費への意識の違いである。「マンションには、マンション内の組織っていうものがあって、だからマンションの人は、町内会は関係ないって思っているらしい。町内会費は、マンションの管理人と町内会が交渉して、マンション管理費の中からいくらかを町内会費として（マンションの管理人から）出してもらっている。もちろんそれだとやりにくくて、金額もほかの住民より100円くらい安い金額しかとれない。（東山吹町会長 古山さん）」マンションの住民でなくても同様である。新しく引っ越してき

た人に挨拶に行き、町内会の活動や会費のことについて説明したりすると、露骨にいやな顔をする人も中にはいるそうである。新しい住民には、町内の一員という意識がほとんどなく、町内の会合やイベントにも顔を出さない。正規の町内会費をマンションの住民から徴収できないことのしわ寄せは他の住民にくることになり、町内会費は１００円から２００円程度あがった地区もあるそうである。

また、ゴミ捨て場をめぐる問題もある。「町内会には、ゴミ捨て場の掃除当番ってというのがあって、でもマンションの人たちは参加してない。だから、マンションはマンション内のゴミ捨て場を使ってほしいんだけど、こっち（町内で管理しているゴミ捨て場）に出したりする。ひどい人は、粗大ゴミとか捨てそびれたゴミとかを夜中にこっちに捨てにくる。そういうのを取り締まる権限は（町内会には）ないし、すごく困る。（東山吹町会長 古山さん）」

このような新しい住民と昔からの住民の意識の差は、両者の間の溝を深め、昔のような「祝い事が近所にあったら、お赤飯を炊いて持っていく（鶴巻北町会長 山崎さん）」といった下町的な温かい地域の人間関係は両者の間には存在していない。

（３）スーパーの台頭

スーパー丸正

１９７６（Ｓ．５１）年１１月３日、地蔵通り商店街のほぼ中央に、スーパー丸正がオープンした。スーパーの進出は食料品小売り業、特に生鮮食品を扱う小売店の売り上げに大きな影響をもたらすため、当然のことながら最初はこのスーパーの出店に関しては、商店街組合員の中から反対の声が多くあがっていたらしい。だが、実際にはスーパー丸正は逆にこの商店街に、新しい住民層を呼び込む集客力となった。一カ所でほとんどの買い物を済ませられるという利便性がうけたからである。スーパー丸正での買い物のついでに商店街の他の小売店を覗いていく人も少なくとも、食料品小売店への圧迫は否定できないものの、繁華街への流出等により年々減少する客を地蔵通り商店街にとどめる大きな存在となった。我々が地蔵通り商店街組合員に対して行ったアンケート調査によると、スーパー丸正の集客力を認める回答は７２軒中２４軒にものぼった。

コモディイイダ

スーパー丸正の開店と前後して、江戸川橋駅前ビルの地下にスーパー、コモディイイダがオープンした。このスーパーの出現はスーパー丸正の出現とは異なり地蔵通り商店街は

大きな痛手を被った。スーパー丸正は商店街の中央に位置しており、スーパーの客がそのまま商店街の客にもなりうるため、商店街にとっては集客の要であったが、コモディイダは、地蔵通り商店街から少し離れた場所に位置するため、商店街から客を奪う結果になったのである。このスーパーは地下鉄江戸川橋駅と地下通路で通じており、そのため、池袋や銀座などの繁華街での買い物から帰ってくる人々や仕事帰りの人々にとって便利である。また、地蔵通り商店街とコモディイダの間には江戸川橋通りが横たわっており、そのため通りの向こう側から地蔵通り商店街に買い物に来ていた客が、コモディイダの出現により、通りのこちら側まで来なくなってしまった。

日曜朝市

1984（S・54）年、スーパー丸正は集客作戦として、日曜朝市を開始した。この朝市は、日曜日の朝8：00から10：00に行われ、かなりの集客力を持っている。だが、この朝市は、小売店の開店時間より遥かに早く始まるため、地蔵通り商店街にとっては日曜日の客数の減少につながってしまった。朝市で買い物を済ませた人々は、他の小売店が開店する前に帰宅してしまうからである。また、朝市で大量に食料などを買い込むため、その日はもう商店街に買い物にくる必要はなくなってしまう。このため、地蔵通り商店街の日曜日は客足が遠のき閑散としたものになってしまった。スーパー丸正の朝市の集客力を利用して、同様に商店街としての朝市をおこなったら、という意見もでたらしい。だが、家族経営が主であり、また従業員が高齢化しているこの商店街では、早朝からの営業は実際問題として難しかった。また、そうかといってアルバイトを雇えるほどの経営状態でもなかったため、商店街朝市の実現は不可能であった。

第4項 変化への対応

（1）モデル商店街事業・コミュニティ事業

1983（S・58）年、地蔵通り商店街にとって唯一の競合商店街ともいうべき神楽坂商店街が、東京都の指定を受けモデル商店街事業をおこなった。そして1985（S・60）年に商工会議所によって行われた、モデル事業の成果についての調査では、来街客数が以前と比べて43%も増加したとの結果が出された。こうした周辺商店街の近代化事業による商店街格差の発生や、池袋や新宿、銀座といった都心商業集積地への購買力の流出による商圈の縮小、また丸正スーパーやコモディイダといったスーパーの出現により、今後の地蔵通り商店街の存続のためには、ハード面・ソフト面の両方についての大規模な

改善が不可欠となった。地蔵通り商店街では、こうした商店街近代化事業にかかる費用の一部を、援助という形で行政から受けるために、１９８６（Ｓ．６１）年、二世若手役員が中心となり商店街を法人化し、「地蔵通り商店街振興組合」を発足させた。そして、文京区に働きかけ、翌年、文京区の第一号モデル商店街の指定を受けた。また、東京都に対しても同様に働きかけを行い、翌年１９８８（Ｓ．６３）年には、東京都のコミュニティ事業参加の商店街に指定された。ここで、行政による商業支援策である二つの事業の概要について触れておく。

モデル商店街づくり事業【注５】

「文京区モデル商店街づくり」は商店街を単なる買い物場としてとらえるだけでなく、「憩い」と「潤い」のある地域コミュニティの場として見直し、近代的な整備を行い、商業活動の活性化を図るとともに、地域に密着した、区民に愛され親しまれる商店街を作ることが目的とする事業である。

（モデル商店街の指定申請等）

- （１）商業環境の変化などにより、商店街として新たな対応が必要であると認められること。
- （２）商店街近代化に対する自主的意欲が高いこと。
- （３）近隣型商店街または地域型商店街であること。
- （４）商店街組織が法人化されていること、もしくは法人かが実施計画承認申請時まで確実に見込まれること、または区長が特に認める任意の商店街であること。

上に掲げた申請要件を満たす商店街組合等から、区に対してモデル商店街の指定の申請があり、それが指定基準と照らして適当であると区長が認める場合には、地域性を配慮しつつ、モデル商店街として指定を受けることができる。モデル商店街の指定基準は次の通りである。

（モデル商店街の指定基準）

- （１）商業近代化の必要性が高いこと。
- （２）事業計画の具体化が確実であり適切であること。
- （３）「地域住民の憩いの場」「地域コミュニティ形成の場」としての魅力ある商店街づくりを積極的に推進していこうとする意欲が高いこと。

(4) 構成員の数がおおむね 30 店以上の商店街組合等であること。

(5) 他商店街に対し、波及効果の期待できるものであること。

東京都コミュニティ商店街事業【注 6】

これは、商店街を地域住民の暮らしに必要な「買い物場」としてだけでなく、「憩いの場・コミュニティ形成の場」として位置づけ、コミュニティ施設（小公園、コミュニティセンター、ストリートファニチャー等）を備えて、地域住民と一体となったイベントや文化催事を実施するなど、コミュニティ形成に積極的に取り組んでいく商店街を「コミュニティ商店街」に指定し、指定を受けた商店街に対し、4 年間にわたり、コミュニティ関連施設の設置や文化催事など、設計の具体化の段階から施設の設置、イベントの実施まで段階を追って継続的に補助していくものである。なお、この事業は 1988（S63）年から始まったもので、初年度から平成 6 年度までに 34 カ所のコミュニティ商店街を指定し、計画を達成した。指定の申請および指定については、前述の文京区のモデル商店街事業の場合とほぼ同様の手順を踏む。

（指定申請の要件）

(1) 当該商店街に対するコミュニティ商店街事業の実施計画等が策定されていること。

(2) 商店街と地域住民が一体となって、コミュニティ活動をする見込みがあること。

(3) 商業環境の変化等により商店街として新たな対応が必要であると認められ、事業に対する自主的意欲が高いこと。

(4) 近隣型商店街または地域型商店街であること。

(5) 商店街組織が法人化されていること。または都が認める任意の団体であること。

（指定基準）

(1) 地域住民の「暮らしの広場、交流の場」として魅力ある商店街づくりを積極的に推進していこうとする意欲が高いこと。

(2) 自称の成果が、他の商店街等に対し、波及効果が期待できること。

(3) 構成員の数が概ね 20 店以上の商店街組合等であること。

(4) 「東京都における福祉の街づくり整備指針」配慮すること。

(5) その他指定申請要件を満たしていること。

こうしたモデル商店街事業、コミュニティ事業という行政の支援を受け、1988 年

(S . 6 3) 8 月、地蔵通り商店街ではモール化の施設整備として、歩道のカラー舗装(1 9 0 0 平方メートル)、シンボル灯(1 0 基)、装飾街路灯(2 2 基)、コミュニティボード、放送設備、統一看板(6 6 枚)等が実施された。ちょうちん門、でんでん門等といったユニークなシンボル灯を設置したり、また、統一看板に地蔵様のイラストを入れたりするなど、地蔵通り商店街ならではの独創性を主張する街づくりが行われた。

スタンプ事業

地蔵通り商店街では、ハード面の近代化を手がけるとともに、ソフト面の改善にも力を入れ、1987(S . 6 2) 年12月に「スタンプ事業を開始した<図表4 - 4 - 4>。スタンプ事業を行うことで商店街の集客力を高め、固定客の増加を図ろうというのがその目的であった。原則として、「スタンプの加盟店は、購入金額100円に対して「スタンプを一枚進呈する。スタンプを300枚集めるとスタンプ台帳が一冊完成し、この台帳一冊は、500円の価値を持つものとして見なされる。完成した台帳は、商店街内での買い物の際、500円の金券として利用できるほか、商店街で行われるイベントなどの参加券としても利用される。スタンプを利用したイベントとしては、一定量のスタンプを各地の駅弁を交換する駅弁大会、年末の福引き、収穫祭での米のつかみ取りなどがその一例であるが、なかでも駅弁大会は、毎回参加者の好評を得ているそうである。

スタンプ事業のほかにも、地蔵通り商店街では積極的にイベントを考案し、実施するようになった。3、4月には桜祭りを、8月には、以前行っていた七夕祭りを引き継いで納涼祭を、10月には収穫祭を行うなどして、商店街の存在を住民にアピールし、以前からの固定客の維持と新たな固定客の獲得につとめている。だが、「イベントの時しか、客は寄ってこないんだよ(三吉ストア 中根さん)」という声からもうかがえるように、こうしたイベントは、一時的に客を集めることができるものの、なかなか直接的に固定客の増加や売り上げの上昇にはつながっていないのが現状であり、それが商店街組合員の商店街活動への不信感を促しているようである。

(2) 近代化事業の影響

商店街組合員の取り組み

行政の支援を受け、新たなスタートを切った地蔵通り商店街であったが、商店街としてのまとまりはいまひとつであった。近代化事業が、商店街組合員の意識にどのような影響を与えたのか、東京都商工指導所が1991(H . 3) 年にだした「地蔵通り商店街診断

報告書」を参考に見ていきたい。【注7】この報告書によると、コミュニティ施設完成後の商店街組合員の経営状況は全体的には上昇傾向ではあるが、業種間に差が見られる。小売業の売り上げが伸びている一方で、飲食やサービス業には余り変化が見られていない。また、売り上げが伸びている業種に関しても、粗利益だけを取り出してみるとその上昇率は低い。「近代化事業を経験して、勤務意欲が向上したか」との問いに対し、「向上した」と答えているのは、全体の34.5%にとどまり、商店街のハード面の近代化が、売り上げの伸びに今一つつながっていないことにたいする組合員の失望がうかがえる<図表4-4-5>。

また、商店街活動というソフト面に関しても、組合員の評価は低い。活動への参加状況は良いものの、その活動の売り上げへの貢献度に関しては、「役立っている」との回答は、33.3%にとどまっている<図表4-4-6>。コミュニティ事業は、ハード面だけでなく、イベントなどのソフト面の充実が伴ってはじめてその効力を発揮するものである。その商店街活動と売り上げ増進との関連性が、当の組合員にあまり意識されておらず、その結果、一部の組合員だけがソフト面の充実に奔走するという結果になってしまった。コミュニティ事業をきっかけに商店街の外観も美しくなり、表面的には、活発な商店街活動を展開し始めた地蔵通り商店街であったが、昔のような商店街のまとまりと活気は、取り戻すことができなかったようである。

消費者の反応

商店街の近代化事業に対し、消費者の反応はどうだったのか。「地蔵通り商店街診断報告書」【注8】によると、ハード面の整備に関する評価は、「きれいになった」「楽しくなった」という回答が多く寄せられている。だが、事業完成後の買い物回数の増減に関しては、「多くなった」は11.6%にとどまった。「あまり変わらない」が87.1%と大多数を占めており、地蔵通り商店街におけるコミュニティ事業が、神楽坂商店街の時のような買い物客の増加に必ずしもつながっていないことが見て取れる。商店街はきれいになったもののサービスやイベントといったソフト面におけるニーズへの対応の甘さがその一因として挙げられるだろう。スタンプ事業に関して「スタンプは楽しいですね。小さい子がシールを貼るのをたのしみにしています。」「地蔵通りで贈答品を買うことが増えたのもスタンプがあるせいだと感じています。」という声も寄せられており、消費者の満足度は「大変良い」54.8%、「やや良い」23.4%と高い。だがその一方で、「スタンプを金券として使おうとすると、いやな顔をする店がある。」「スタンプを出す店と催

促しないとくれない店とがある。」「スタート当初はどこでもくれたスタンプが、消費税導入とともにくれなくなった。また、人を選んでくれたり、くれなかったりするのはおかしい。」「客によってスタンプの数を変える店がある。」など、スタンプ事業に関しては、徹底の甘さを指摘する厳しい意見も多い。また、「カラー舗装・街路灯などの施設実施で明るい雰囲気になったが、店舗の商品の種類、陳列等に変化がない。」「客によって態度を変える店がある。サービス面をもっと改善してほしい。」「特に生鮮食品は品質や品数が思うようではなく、もてなしの料理は地蔵通り商店街では思うようにできません。もっと充実を図ってほしい。」など接客や品質に関する要望も多く出されている。営業時間の延長や、商店街内の交通規制の徹底を求める声も多くあり、消費者の要望に応える形でのソフト面での改善がまだ十分でないことがわかる。

【注 1】版を作る工程で、手元のキーボードを操作することで文字を選び出していくことができる設備。

【注 2】『業種別診断報告書（印刷業）』p．78．79より

【注 3】活字を一つ一つ組み合わせて作った版を活字を崩してしまう前に厚紙に焼きつけて、再版を依頼されたときのために残しておくもの。

【注 4】住宅地図 昭和45年と昭和55年の比較。

【注 5】『東京都文京区モデル商店街づくり実施要領』

【注 6】『東京都コミュニティ商店街事業実施要領』

【注 7】『平成2年度商店街診断報告書（地蔵通り商店街振興組合）』

【注 8】『平成2年度商店街診断報告書（地蔵通り商店街振興組合）』

第5節 バブル崩壊から現在まで

第 1 項 印刷業における新たな変化

(1) 時代への対応

技術革新の波の中、情報化社会はますます進行し、一部の需要が減り、新たな種類の需要が発生するという構造はますます顕著になる。新しい需要はさらに高度化、高級化、多様化していき、多品種少量化、短納期化、高品質化が進行する。今最も業界の各方面に影響を及ぼしているのは D T P 【注 1】の普及であるといえる。最新設備に対する好奇心のレベルではなく、その必要性への認識が各事業所の間に広まり、導入を具体的に検討する事業所が増えてきたのはここ数年のことである。活字(文選)・活版印刷から電算写植・オフセット印刷へと転換していったのと同様、再び時代の潮流、得意先のニーズに対応すべく、各事業所で D T P 導入が見られる。印刷業の厳しい競争条件の中で優位な受注を展開するためには、一定の設備レベルを保有していなければならない、各事業所には多様化する需要と発注者のニーズには、迅速かつ柔軟に対応していくことが必要とされているのである。

また、製造業の中でも景気に左右されにくいとされてきた印刷業は、バブル崩壊に直面してどうであったか。「景気に左右されにくいと言われてきたのは、印刷業といえば書籍のような読み物中心であった時代のことで、現在では企業のポスターやチラシといった商業印刷の分野も増え、そういった業種では得意先の景気の影響を大きく受けることになる(滝沢新聞印刷(株) 滝沢さん)」という話であり、ここにも時代の変化が感じられる。

(2) D T P の導入とその影響

導入の時期

D T P の導入も、各事業所の設備投資能力、業務内容と得意先の受注などから、導入するに踏み切る時期に差が見られる。例えば、ポスター・チラシ・カタログなどを専門とする商業印刷の太平洋(株)では高度なカラー印刷といったような発注者のニーズに応えなければならないため、また出力サービスを行っている日本ハイコム(株)東京支店では「クライアントの要求どうりのイメージをすぐ提示できるよう 1991 年に M A C を導入した。」など、設備の切り換えには早い対応をしていることがわかる。一方で、書籍印刷中心の事業所では、D T P 導入はそれほど早くない傾向がある。商業印刷のようなたくさん色を使ったり複雑な構図を作成するなどの必要性が少なく、D T P でなくても十分に対応できてしまうためである。書籍印刷の(株)理想社では、「D T P はポスターやカタログ向きのもの

で、書籍の中でも専門性の高いものにはまだ向いているとはいえない。」また「あくまで顧客のニーズに応える形で経営する。だから商業印刷がDTPを早く導入して行かなければならないように、理想社では古くからの活字を残しつつけた。」という話が聞かれた。

受注産業としての厳しさ

DTPの導入は順調に進んでいるといえるが、一方でこの地域の事業所の多くは、DTPによる出版物のクオリティに疑問を感じており、これで商品になるのだろうかという声が出ていることも確かである。設備投資して研修を行ってクオリティが下がったのでは割に合わないというわけである。しかし一方で受け入れる側としては、コストや納期を考えれば多少のクオリティ低下でも十分に満足であったりもする。職人としてコスト以前に品質第一で仕事にあたってきた事業所としては、クオリティを保つことで価格が維持できると考えているのだが、顧客に言わせれば「クオリティの低下すなわち後退」という感覚はそれほどないようで、クオリティを保つことに執着するよりもむしろ、納期や価格競争力の面でパフォーマンスができていることを望んでいるのだ。発注者側の企業レベルでは外注費を削減したり、社内報のような全社的な書類や広報作成を社内で行う検討をしてしまうところも多くなってきている。印刷業社よりも気軽にDTPを導入し、版下まで用意できる一般企業が増えてきているのだ。造注産業への転換を模索しているとはいえ受注産業である印刷業としては、設備投資や人材の面でいかに障害があろうとも顧客のニーズにこたえなければならない。「印刷業は、得意先の経営動向に左右されるばかりのあくまで受け身の産業。同業者のなかで飛び出るにはやはり値段を安くすることしかないのではないか。（滝沢新聞印刷 滝沢さん）」という言葉がこれをあらわしている。印刷業界の大口市場である雑誌出版社の約7割が今後数年以内にDTPを導入する【注2】という話も聞かれる中、顧客よりもDTPに通じていなければならないのはもちろん、もはやDTPデータの受け皿を持たない印刷会社の生き残りは難しいとされている。

労働時間の短縮

1988（S.63）年に、週の法定労働時間が48時間から40時間に改正された労働基準法が、本格的に施行されることになるにあたって、各事業所はバブル崩壊後の経営難の最中、労働時間短縮をめぐりさまざまな工夫を強いられることになった。

この地域では、週休2日制を何らかの形で取り入れるなどで時間短縮に努めた事業所が

多かったことが東京印刷工業組合新宿支部ニュースからわかる。一日の所定時間を短縮することは、長年のうちに習慣化している作業の流れに影響を及ぼすので休日を増やした方がよいという理由からである。しかし、休日を増やすのは簡単なことではあるがそれで従来どおりに仕事ができるのか、できない場合は残業増となって固定費の上昇ということになり、それでは売り上げがだいぶ伸びない限り調整が取れないといった声の実のところ多かったのである。つまり、時短を進めることで生産性が低下するが、これを維持しようとするれば残業が増えて人件費増が増すという結果が跳ね返ってくる。これに対応していくためには、業界一丸となってコストの転嫁を図らなければならないが、分業体制の中で仕事の処理をしている現在、関連企業や取引先の理解と協力が簡単に得られるわけではない、というのがこの地域全体を反映した問題である。

雇用に関する問題

およそいつの時代にも労働者の高齢化と人件費の上昇が問題とされるわけだが、バブル崩壊に直面して採用の調整や人員整理などを行う事業所もめだつようになり、印刷業特有の職場構造が表面化してきている。

この地域の事業所の従業員平均年齢は＜図表４－５－１＞が示すとおり徐々に高齢化が進んできている。この背景には、次のような事情がある。昭和５５年以降、急激にカラー化とオフセット化が進んだために、どこの会社も製版ほか新しい作業の分野で人を欲しがった。当時の若い世代の人々は、途中退職が少なく定着率が高いため、年功序列賃金体制を取っている会社においては、彼らの毎年の昇給が初任給の上昇とともに人件費問題の核をなしている。設備投資に伴って従業員を増強するばあい、生産性向上のために全体の仕事量を増やすなどして対応するが、それでも以前からの熟練技術は将来的に維持できるものではなく、職人の技術に頼る組織形態自体を少しずつ変革しなければ経営環境は厳しい。

その他、雇用面での大きな変化としては、女性の進出の進展がある。「以前は残業も多かったし、いわゆる“３Ｋ”の仕事だったから女性や若者が少なかったが、今は男性と女性の比率が半々になっている。（滝沢新聞印刷 滝沢さん）」というように、電算写植が定着しDTPともなればワープロさえ扱えばよいのであって、女性でもできる仕事が増えたのである。また、若い女性の方が、人件費が安くて済むということもメリットとして考えられているようだ。

(3) 集積地のメリットと新規参入者

DTPを導入することの本質が高品質の追求ではなく顧客や関連業界との共同作業によって作業の合理化・スピード化、低価格化を実現することであり、今日その普及が目覚しいことを考えると、写植・製版・印刷といった業種間の垣根がなくなっていく傾向にあるとみてよいだろう。その結果、プリプレスが電子化されることに伴って、直接的に関係ない工程の事業所も、これに対応しなければ話が通じない状況も出てくる。ただ、若手を動かして電子化していくプリプレス分野とは対照的に、ポストプレスの印刷機は大型化するばかりで機械工の高齢化も進んでいるという問題もあり、中小企業の経営は圧迫されつつある。

「もし事務所機能だけを残して工場を移転させても、取引先が神田や本郷に多いため、配送の手間やアクセスの条件を考えたらリスクの方が大きいと判断している。周辺の顧客も便利さを感じているし、新宿区のここでこれだけのスペースを確保できているということに満足しており、ここへの立地が企業戦略の一つにもなっている。」(株)理想社でのこのような話からもこの地域のメリットがうかがえる。事業所の動向として、移転は少なからず見られるが、それらも同新宿区・文京区内でなされている場合が多い様である<図表4-5-2>。いわば、集積地での立地環境の良さを十分に考慮しながら、テナント替えや新社屋建設が行われているといってよい。長野県に本社があり支社として関口一丁目で出力サービス部門を行っている日本ハイコム(株)東京支店で、本社・支社のメリットとデメリットについてうかがったところ、メリットとしては、本社の人件費・地価共に安いこと、支社の顧客ネットワーク・サービスが充実していること、またデメリットとしては、両者間の輸送コストがかかってしまうことをあげてくださった。しかし、経営拡大の方向にある事業所のいくつかは、都内にとどまらず埼玉県に別の生産機能を設けたりしており、区内の事業所を自社ビル化して賃貸業を始めた例もある。こうした場合にも印刷業関連の事業所がテナントとして入る事例が多い事を考えると、どんな形であれ当集積地内に経営の拠点を置くという事自体を高く評価している企業が多いということになる。従ってこの地域の場合も、横のネットワークを用いて参入してくる企業が継続して現れるという図式がみられる。「新しくこの地域に入ってくる印刷関連業者は、もともとこの地域の業者と何らかの付き合いがあった人達がほとんどだ(滝沢新聞印刷 滝沢さん)」ということからも、やはり仕事仲間のいるこの地域への参入がメリットとして考えられているといえるだろう。

技術革新の波の中、自社が受け持つ工程を失ってしまった事業所もあり新しくネットワークに参加してきた事業所もあり様々な動向が見られるが、その中でこの地域のメリットだけは変わらずに評価され続けている。新陳代謝が激しいということ、それは印刷業にとっては厳しいことではあるが、こうして新しい分野の事業所をつぎつぎにひきつけていくことで印刷業集積地としてのこの地域の活性が保たれているのである。

第2項 土地利用の変化

バブル経済の崩壊を経て地価高騰が一変急激な下落に転じ、住宅・商業他ほぼ全用途の土地の公示価格は1980年代初頭の水準に戻りつつある。このような変化の中で当対象地域の土地利用はどのように移り変わっているのだろうか。

「某社は4階建てのビルであるが、二階以上の一部を製版会社などの関連業種に賃貸し、建物の中で一貫生産による合理化と資産の活用を同時に行っている。また某社は工場の空地に賃貸ビルを建て一階を店舗、二階以上を貸事務所やマンションとして活用している。これらの事業は安定した収入となっている。(『業種別診断報告書(印刷業)』より)」

既に業務ビルに変わっているところではこれまでと同様にテナントの入れ替えがあちこちでみられ、民家や印刷関連事業所が取り壊された後に周辺のビルの改築・拡大が行われ、テナントが新たに入ってくる場合が多い。「新しくテナントに入る事業所は印刷関連でもデザインのような新しい分野の業種が多い(滝沢新聞印刷(株) 滝沢さん)」というように、製造業とサービス業の間に位置するような業種が増えた印象がある。また民家が整理されて駐車場になったり駐車場であったところにビルが立つなどもしており、空き地などほとんど無いこの地域では、ちょっとした規模の土地転用を行うのに際しても周辺地域の整理を伴う傾向のあることを示している。

昔ながらのアパートが徐々に消えていく中、都市型マンションの建設が見られ、当対象地域のような圧倒的な印刷業の集積地においても居住空間の創出・住居系土地利用の増加にともなう生活都市化の流れの影響が及んでいるようである。

新目白通りや江戸川橋通りなど、集積地を取り囲む大通りにそっては再開発に伴って百貨店やファミリーレストランができるなど比較的ゆったりとした土地利用がなされている。「この地域を上から見れば、大通り沿いの大きくて高いビルにたくさんの印刷関連工場が囲まれて、ドーナツ状になっているのがよくわかるのではないか。(株)理想社)」というように、小規模事業所がひしめくブロックは高い建物に囲まれだしている印象を受ける。

第3項 商店街の抱える問題

(1) スーパーの影響

これまで、地蔵通り商店街の集客の要であったスーパー丸正は、1986(S . 6 1)年、改装工事のために店舗を閉鎖し、すぐ近くに仮の店舗を構えた。この改装は、単に店をきれいにするだけでなく、経営規模の拡大をねらったものであった。土地利用に制約があるため、店舗の拡大は無理であり、そのため二店舗に分割するという方法が採られた。亀の湯という銭湯があったところがビル化したのをきっかけに、その一階に、雑貨を扱う丸正2号店が、そしてもとの店舗があった場所に、食料品を扱う丸正一号店がたてられた。取り扱う商品の種類を増やし、経営規模をねらったこの改装工事は、1991(H . 3)年完成したが、実際にはこれが裏目にでてしまった。品数は増えたものの、買い物を一度に済ませられるというメリットを失ってしまったため、逆に不便になってしまったのである。品物の専門化につとめたり、客のために頼まれればもう一つの店舗においてある商品を持ってくるなどの工夫をしているが、以前のような集客力はなくなってしまった。だが、「丸正の力が強いと、もっと商店街が変化するはず。丸正は商店街の核ではあるが、まだ力が弱い(さくらや 島田さん)」というコメントからもわかるように、丸正の集客力の低下を認識しながらも、商店街組合員のスーパー丸正に対する依存度は依然として高い。

スーパー丸正が力を弱めてきた一方で、コモディイダに人気があつまってきている。「コモディイダは4、5年前くらいから急にのびてきてね、<安い><ものが良い>って声をよく聞くよ。(東山吹町会長 古山さん)」商店街組合員に対するヒアリングでも、コモディイダに対して、「丸正はイダに客を取られている。(複数回答あり)」というコメントが多く聞かれた。スーパー丸正は、チェーン店であるため商店街のスタンプ事業には、本社の方針として参加していない。そこで、改装による売り上げの減少や、競合スーパーへの対策として、1997(H . 9)年に、ファンカードを導入した。会員制を取り、購入金額に応じてカードにポイントをためていくものである。会員価格の商品も各部門で2品は必ず用意し、スーパー丸正で買い物をすることのメリットを全面に押し出す工夫をしている。ファンカードの評判は上々であり、弱まった集客力を再び盛り返すきっかけになりそうである。

(2) チェーン店の進出

現在、地蔵通り商店街には、多くのチェーン店が存在する。商店街周辺の事業所で働く人をターゲットにしたものが多い。「商店街周辺の事業所で働く新しく入ってきた店とはそれなりにうまく折り合いをつけようとしてるよ。でも、参加費はもらってるけど消極的だね。(東山吹町 古山さん)」「スタンプ加盟店がもっと増えれば、スタンプの力ももっとアップするのだが・・・(スタンプ部長 寺沢さん)」というコメントからもわかるように、こうしたチェーン店は商店街組合費は払うものの、スタンプ事業をはじめ、商店街のイベントなどには、本社の方針により参加しない店がほとんどである。新しく進出してくる店は、それなりの集客力を持っているため、商店街に人を呼び込むきっかけとなる可能性を持つ一方で、商店街全体のまとまりを弱めているともいえる。

(3) 商店街活動

イベントの工夫

印刷工場の経営形態が変化し、それに伴って地蔵通り商店街周辺のコミュニティも変化した。通勤化が進み、それまでの住み込み労働者が姿を消した。「30年前くらいは、雨が降ってもまっすぐ歩けないほどの人出だった。製本関係の人たちが、給料日になると給料袋ごと持って買い物に来たり、出稼ぎに来ていた人たちが、土産を買いに来ていたりした。(スタンプ部長 寺沢さん)」という風景は、現在はもはや見られない。労働形態の変化にともない、商店街と印刷業との関係も変化した。現在、印刷業関連の人々が商店街を利用するのは、ほとんどが昼食時のみである。しかも、昔のように食事の用意のための食材を求めるのではないから弁当屋や、総菜屋等商店街内のチェーン店やスーパー、コンビニエンスストアなどを利用する人が多い。仕事帰りの買い物にしても、商店街の小売店の閉店時間に間に合わなかったり、また、間に合ったとしてもやはりスーパーの方が楽に買い物ができるため、そちらを利用してしまふ。

また新しくマンションに入ってきた人たちも商店街をあまり利用していないようである。「問題はマンションの人たちだね、みんなスーパーを利用するからさ。彼らをうまく引きつけることが大切なんだけど、なかなか……。今の客はほとんど昔からの固定客だよ。マンションの人っていうのは来てないんじゃない? (古山雄栄堂 古山さん)」

地蔵通り商店街では、変化していくコミュニティに何とか対応しようと、商店街活動に様々な工夫を凝らしはじめている。たとえば、駅弁大会の開催時間である。印刷関連の職場が昼休みを迎える11:45分にこのイベントは開始される。職場の女性職員が駅弁大

会に参加しやすくすることで、Ｊスタンプに興味を持ってもらい、積極的に利用してもらおうというのがその目的である。また、１９９７（Ｈ．９）年１１月には、はじめてボーイスカウトや子供会等の地域の団体を招いてのふるさと祭りを行った。地域の子供達に、直接商店街活動に触れてもらうことで、もっと商店街を身近に感じ、親しんでもらうためである。新潟の松之山と３年ほど前から提携し、地域の子供達のためにイベントの度に雪を運んでくるという企画も行っている。周辺印刷関連業との新たな関係を築き、また子供を通して新しい住民層に商店街の存在をアピールすることで、地蔵通り商店街は新たな固定客の獲得を図っている。

組合員の意識

我々が行った組合員へのアンケートにおいては、「商店街の活気につながる。（なりきや 島田さん）」「それなりに努力している。（魚金 柄井さん）」など、こうした商店街活動の活発さは組合員の中では、かなり評価されている。だが、商店街活動への参加については、積極的な態度の店と消極的な態度の店とに二分された。これは、商店街活動と売り上げの関係をどのように捉えているかの違いによるものであると考えられる。「各店が個々の利益を求めすぎている。（木村屋 岡さん）」というコメントもあった。また、地蔵通り商店街の組合員は、自地自家経営の割合が高く、不動産経営など副次的な収入源を有する人も多い。そのため、「なにが何でも商店街を活性化させなければ」という危機感を持って商店街活動に取り組んでいる人が、役員などのごく一部の人に限られてしまっている。Ｊスタンプに関しても、「固定客確保のためにやってるんだけど、大切な生鮮業者が今一つ協力してくれない。（古山雄栄堂 古山さん）」など、店によってスタンプの出し方がまちまちだったり、足並みがそろわない。スタンプ利用客からも、スタンプの出し方に関する多くの苦情が出されている。【注３】

（４）消費者のニーズと商店街

地蔵通り商店街にはバブル期にあまりビルが建たなかった。そのため昔のままの雰囲気を残すことができている。だが、商店街に対する消費者の要求は、昔とは確実に変化しており、それに対応できなければ生き残っていくことは難しい。「人口が減ったこと、それから住む人間が変わったことによって客が減っちゃったからねえ。郊外にディスカウントショップもたくさんできてるし。みんな車で、日曜日とかにまとめ買いに行くんだよ。丸正

の朝市には、マンションの人とかも来てるみたいだ。(古山雄栄堂 古山さん)」コンビニエンスストアやディスカウントショップなど、安さや手軽さを売りにした新しいタイプの店が地蔵通り商店街の周りにも増えてきている。こうした店や、品揃えが豊富なスーパー、華やかな都心商業集積地に商店街が対抗できるものは、人と人とのふれあいや、親しみやすさである。だが、今、地蔵通り商店街には、この商店街らしさが弱まっているように思える。「(地蔵通り商店街には)あまり行きません。品数が少ないし、愛想がねえ。花屋さんもスタンプをいわなきゃくれないし、魚屋さんは買わないから、こっちから挨拶しても知らんぷりする。前は(魚屋)でも買っていたけれど、前の日に注文したものを忘れていたりすることがちょっとあって買わなくなった。今はコモディイダやサントクで買い物をしています。(鶴巻北町会長 山崎さん)」いくら消費者に喜ばれるようなイベントを行っても、普段の関係が消費者にとって心地よいものでなければ集客にはつながらない。商品に関してもそうである。消費者が今、どのような商品をほしいと思っているのか、なにを望んでいるのかに対応していこうという姿勢が必要である。地蔵通り商店街組合員の危機感の欠如が、消費者のニーズへの対応の甘さにつながっているように思われる。「うち(地蔵通り商店街)の食料品業者もさあ、ちゃんと(スーパーと)商品を比較したりして、値段とかで戦略を練ったりするべきなのに。何にもしてないから負けて当然だよ。(古山雄栄堂 古山さん)」という意見もある。

日曜の商店街の客足の悪さを招いている、スーパー丸正の朝市に関しても、「客は、朝市で両手いっぱい買い物をしてくるので、他の店でものを買う余裕は無いのでは。(スタンプ部長 寺沢さん)」など、その集客力を商店街にとってプラスの方向に転じようという積極的な姿勢は見られない。

地蔵通り商店街は今、何を目指して進んでいるのであろうか。地域住民のふれあいの場としての役割を果たすのか、商品の充実を図ることで消費者の購買意欲を満たすのか、それともその両方の役割を担うのか。地蔵通り商店街は、近代化事業を通じて、変化してゆくコミュニティに対応しようと努力してきた。だが、今の地蔵通り商店街は、どちらの役割も果たせているようには思えない。「地蔵横丁(現在の地蔵通り商店街)は昔から親しみやすい商店街として利用してきました。品数も多い。端から端まで歩けば用が足りるような、非常に身近な商店街として長い間おつきあいしてきましたが、最近は街がきれいになったことは大変良いことですが、ちょっと気取った感じ。日曜日ほとんど店が閉まり、朝もデパート並の開店時間では、地蔵横丁の庶民性が薄らいできていませんか。下駄をつ

っかけて、いつでも買い物ができた昔の地蔵横丁がなぜか懐かしく思えます。」『注4』

確かに商店街はきれいになり、イベントの充実にも力を入れている。だが、商店街の基本となるその接客やサービスの面においては、失ってしまったものが多いように思われる。営業時間や交通規制に関しても、消費者のニーズにきちんと向き合っていないし、スタンブ事業に関しても信用を落としつつある。どういう消費者が、どのようなものを買いたいと思っているのか、なぜ商店街ではなくスーパーを利用するのか、そういった点をきちんと分析し、要求に少しずつでも答えていく努力をしなければ確実に客は離れて行く。消費者のちょっとしたわがままや要望に迅速に答えられるというのが、小売店のまた商店街の利点であるはずである。そういった面での改善なしに、表面的な事業だけ充実させてもその威力は半分にも満たないものになってしまうのではないだろうか。

コミュニティは変化していく。客層も複雑になり、ニーズも多様化していく。地蔵通り商店街が、この地域の住民にとって魅力ある存在にあり続けるためには、まだまだ商品の工夫やサービスの充実といったソフト面での改善が必要のように思われる。

【注1】Desk Top Publishing の略。

【注2】『東京印刷工業組合新宿支部ニュース』より

【注3】『平成2年度商店街診断報告書（地蔵通り商店街振興組合）』より

【注4】『平成2年度商店街診断報告書（地蔵通り商店街振興組合）』より

第6節 まとめ

第1項 地蔵通り周辺地区（新宿・文京区）を振り返って

我々は、印刷業集積地である地蔵通り周辺地区（新宿・文京区）を対象地区として選定し、この地域の工業と商業がどのような転換期を迎え、それにいかなる対応をしてきたのかを、資料の分析やヒヤリングを通じて検証してきた。統計を見る限りでは、他の対象地区と比較して、さして大きな転換を迫られなかったように見える印刷業ではあるが、その裏側には実は、様々な変化が存在しており、またそうした印刷業の変化が、この地蔵通り周辺地区（新宿・文京区）の地域コミュニティに大きな影響を与えてきた。

この節では、まとめとしてもう一度、この地蔵通り周辺地区（新宿・文京区）の歴史を振り返りながら、地域コミュニティが変化していく様子を見ていきたいと思う。なお、ここでは戦前から昭和40年代までを前期、そして昭和50年代以降を後期として、工業、商業、地域コミュニティの各時期の様子をまとめてみたい。

（1）工業〔前期〕

この時期の工業にとって一番の課題は、同業者間のネットワークの確立であった。大日本印刷等の下請けとして、この地域に中小の印刷工場が集積したわけであるが、大工場がその設備を改善していくに従って、その下請けの関係は次第に崩れていく。大工場の設備の近代化により、大手から受注する仕事が大幅に減少したためである。下請けという立場を脱しない限り、今後の発展は困難であろうと考えた中小工場の経営者達は、集積のメリットを生かして、中小企業間のネットワーク作りに力を入れ始めた。個々の工場にできる仕事は限られているため、企業間のネットワークを確立し、協業化することで、地域として大工場と同様の仕事を受注できる体制を整えようとしたのである。

また、この時期は大工場が、次々に設備投資を行っていった時期であったが、中小企業にとって設備の近代化は、資本の面からいっても不可能であり、よって労働者の技術に頼らざるをえない状況にあった。そこで彼らは、少しでも労働条件を整えることが、中小工場にとっての近代化の第一歩であり、また良い職人を工場に引き寄せる手段であると考え、福利厚生面の充実を図った。協業化により確立したネットワークを活かし、共同宿舍や給食制度などの共同事業が行われ、こうした事業を通じ、中小企業間の連帯はますます強まっていったように思われる。

（２）商業〔前期〕

この時期の地蔵通り商店街は、人出が多く、まっすぐ歩くことさえ出来ないほどのにぎわいをみせていた。ハード面の整備に加え、売り出しの宣伝に奇抜なアイディアを取り入れたり、イベントを工夫したりと、ソフト面も充実していた。また、人出の多さと、買い物時の安全を考慮して、文京区の商店街の中でも、いち早く交通規制を行った。こうした商店街組合員の努力により、周辺の住民だけでなく、都外など遠方からの客を引き寄せることにも成功し、多いときには、毎日１万人もの人が地蔵通り商店街を訪れた。

（３）地域コミュニティ〔前期〕

地蔵通り周辺地区（新宿・文京区）は、長い間水害に苦しめられてきた地域であった。戦後の復旧ははやかったものの、道路整備の進行に比べ、下水管の敷設や、ポンプ場、放水路等の治水対策事業が、大幅に遅れていたためである。大雨が降るたびに、神田川や江戸川が氾濫し、この地域を襲った。水害がこの地域の住民に与えたダメージは非常に大きかった。なぜなら、地蔵通り周辺地区（新宿・文京区）の住民にとって、この地域は住む場所であると同時に、仕事場でもあったからである。大雨のたびに、商売道具である工場や機械、商品等に大きな損害を受けていた住民たちは、少しでも現状を改善しようと、治水対策事業促進運動を開始する。まず、印刷業組合が１９６２（Ｓ．３７）年に神田川治水対策協議会を発足させ、続いて１９６５（Ｓ．４０）年には、関口町会をはじめとする９つの町会が合同して、同様に協議会を結成した。これらの協議会は区議会議員を通じて、区に働きかけを行ったり、住民の署名を添えて、直接、都に被害の現状や早急な治水工事の必要性を訴える等、積極的に運動を展開した。

この時期の地蔵通り周辺地区（新宿・文京区）は、こうした運動の様子からも分かるように、地域としての活気にあふれていた。印刷工場間のネットワークの確立が、地場産業としての印刷業を盛り上げ、彼らが採用した近代化の道、すなわち労働条件の改善や福利厚生の実充が、この地域に多くの労働者を呼び込んだ。朝から晩まで、過酷な労働に追われる労働者にとって、商店街は生活を支える場であると同時に娯楽の場でもあった。彼らは商店街のいわゆる大切な「お得意さん」となっており、この時期の地蔵通り商店街の盛り上がりも、こうした周辺工場労働者によって支えられていたものであるといえるだろう。

しかし、こうした活気に満ちた地域コミュニティは、１９７４（Ｓ．４９）年の営団地下鉄有楽町線の開通によって変化していく。交通の便が良くなったことにより、購買意欲

が都心商業集積地へと流出し、商店街の活気に陰りが見え始めた。また、印刷業においても、それまでの住み込みの労働形態が、通勤化へと移っていく傾向にあり、次で述べる印刷業の近代化の方向転換も手伝って、この地域から工場労働者が姿を消して行った。共に力を合わせ水害と闘うことで、地域としての強いまとまりを作り上げてきた地蔵通り周辺地区（新宿・文京区）であったが、コミュニティの変化に伴って、次第にそのまとまりのバランスを崩していったのである。

（４）工業〔後期〕

印刷業は、ハイテク化、ファッション化といった業界の動きや、情報化社会への移行の中で、消費者のニーズへの柔軟な対応や、さらなる短納期化に呼応しなければならない時代を迎えた。このため、中小企業が目指す印刷業の近代化の内容も、それまでの労務環境の整備から、新技術の導入に転換した。生産の合理化や設備強化はもちろん、オフセット印刷やＤＴＰといった印刷方式の転換による技術革新が必要となり、設備そのものの導入に加え、新設備導入が引き起こす、生産システムの転換に対応できる人材の確保も大きな問題となった。資本金面や人材面での問題により新設備導入に踏み込めない工場は廃業したり、区外に移転したりして、次第にこの地域から姿を消していき、それと同時に住み込みで働いてきた活版職人たちが姿を消した。

転廃業した工場跡地には、新しい印刷業関連の事業所が、立地の良さを求めて次々に参入してきたため、地蔵通り周辺地区（新宿・文京区）における事業所の数が目に見えて減少するといったことはなかったが、新規の企業は、通勤による労働形態を採っているところが殆どであり、この地域の印刷業の通勤化に拍車をかけた。

地蔵通り周辺地区（新宿・文京区）の企業間のネットワークは未だ健在ではあるが、その性格は、互いに支えあい連携して印刷業を盛り上げていこうというものから、個人としての利益の獲得に利用されるものへと変化し、この変化が地蔵通り周辺地区（新宿・文京区）の地域コミュニティに影響を与えている。

（５）商業〔後期〕

高度経済成長期以降の工業の経営形態の変化に伴い、商店街の様相も次第に変化を見せ始める。新技術の導入に伴う、印刷工場の転廃業が新たなコミュニティの形成を促したからである。営団地下鉄有楽町線の開通や、周辺スーパーの台頭、工場従業員の通勤化は、

商店街が「印刷工場のまちのふれあいの場」としての役割を担い続けることを困難にした。転廃業した工場跡地に建ったマンションの住民や、新たな事業所の従業員にとって、商店街は単なる買い物場でしかなく、それゆえ彼らは、品質、品数、価格、利便性などの面で、都心の大型店やスーパーに劣っている商店街には魅力を感じなかったのだろう。住民や事業所の入れ替わりに伴って、肩がぶつかるほどの賑わいをみせていた商店街の人通りは、年を追うごとに少なくなっていった。

こうした住民の商店街離れをくい止めようという目的で行われたのが、文京区の支援による「モデル商店街事業」と、東京都の支援による「コミュニティ商店街事業」である。商店街のハード面を整えることで、古ぼけたイメージを一新し、またスタンプ事業を導入することで、固定客の増加を図ろうとしたものであった。商店街では様々なイベントを考案し、イベントを通じて商店街の存在を地域の住民にアピールしている。商店街で買い物をすることのメリットを住民に知ってもらうことが、そのねらいである。だが、こうした工夫はなかなか功を奏さず、そのことが、商店街組合員のやる気を失わせつつある。

地域コミュニティが変化し、商店街は昔のままではいられなくなった。新しい客層を獲得するためには、スーパーや都心の大型店と張り合わなくてはならない。サービスなどに工夫を凝らし、商店街での買い物のメリットを打ち出さねばならない。今、地蔵通り商店街はそれに夢中になるあまり、以前の商店街が持っていた温かさを失いつつあるように感じる。接客に関する苦情が、消費者から多く出されていることからもうかがえる。

地域コミュニティの変化の中でもがく地蔵通り商店街は、新しい客を獲得し、利益を上げることに躍起になった結果、昔ながらの商店街としての姿勢を、逆に失ってしまったように思われる。

（６）地域コミュニティ〔後期〕

地蔵通り周辺地区（新宿・文京区）は、水害の問題の解決を目指して、団結してきた地域であり、また、この地域に集積した中小の印刷工場は、労働条件の近代化や、各工場間のネットワークの確立を求めて、協力しあってきた。地蔵通り商店街は、この地域の住民にとって、社交や娯楽の場であり、そこには、下町的な温かさや、昔ながらの近所づきあいといったものが存在していた。だが、印刷業の近代化の方向転換や、それに伴う工場の入れ替わり、住み込み労働者の減少、新規事業所の参入、新住民の流入等により、この地域のコミュニティは大きく変化した。

事業所や住民の入れ替わりが進むにつれ、この地域を支えてきた横のつながりが失われていった。印刷業を支えてきたネットワークは、近代化の方向転換によりその性格を変えていき、企業間の協業はあるものの、以前のような結束力はもはや望めない。地蔵通り商店街は、再興を目指し、様々な工夫をこらしているが、その努力がなかなか売り上げにつながらないことや、地域住民の入れ替わりによる固定客の減少が、商店街組合員のあきらめムードを助長し、組合員のまとまりの悪さにつながっている。また、新住民の固定客の獲得を目指すことに気を取られ、昔ながらのなじみの客をおろそかにしてしまっている傾向がある。以前、地域住民のふれあいの場であった商店街は、現在その役割を果たしているとは言い難い。

また、治水対策完了後に地蔵通り周辺地区（新宿・文京区）に入ってきた人々と、旧住民の間には、この地域に対する意識に差が生じている。旧住民にとって、この地域は、自分たちの手で戦い、守ってきた場所であるのに対し、新住民にはそういった地域に対する思い入れがないからだ。町内に関しても、新住民と旧住民の意識には差がある。「地域の住民」という意識をあまり持たない新住民と、地蔵通り周辺地区（新宿・文京区）の旧住民の間には、ゴミや町内会費をめぐるトラブルが生じており、この地域の結束をますます弱めてしまっているように思われる。

第2項 地域の結束力

高度経済成長期を経て低成長期から現在に至るまでに、地蔵通り周辺地区の地域コミュニティは大きな変化を遂げた。これは他でもなく、この地域のたどる運命を常に決定付けてきたものが転機を迎えたことによっている。したがって、地域コミュニティの変化を促した要因が何であったかを見るうえでは、いつの時代にも地域に対する影響力を持っていたいくつかのファクタ - に限定して考えることが起点となるであろう。地域把握の前提に立ちかえれば、第一にこの地域を特徴づけているのは中小企業を中心とした印刷業の集積と地蔵通り商店街であるということがあげられる。そして第二に、その印刷業と商店街がそれぞれの捉え方で近代化にあたってきたプロセスには、時代的な背景に対応した地域特有のコンテクストが反映されているということであった。つまり、地蔵通り周辺地区とは近代化の流れの中で導かれた印刷業と商店街の変革の影響を、ダイレクトに受けてきた地域であるというわけだ。こうしてみると、地蔵通り周辺地区における地域コミュニティの変化とはまさに、印刷業とコミュニティ・商店街とコミュニティの関わり合いの変化を軸

として巻き起こっているのだということが明らかになってくる。しかし実際にその関わり合いを追うことは難しい。というのは、コミュニティという考え方自体が曖昧なものであるからだ。地域の印刷業を中小企業の集積として捉えたり、商店街を店舗の集合体として捉えたりできるのとは勝手が違うのである。ただ、ここでは地域のコミュニティの有無を問うべきか、またはコミュニティは存在するものとしてその盛衰を論じるべきかという選択は行わない。これは、我々がコミュニティの変化を検証していくことを通して、どういう地域像を描き出そうとしてきたかによっている。つまり、地蔵通り周辺地区に関しては工業・商業・コミュニティという三項からなる図式に当てはめて理解しようとするのが必ずしも適切ではないということである。したがって、印刷業や商店街と同等に論じるためだけに、コミュニティの曖昧な部分を規定してしまおうとすることは望ましくないと判断したわけである。「コミュニティという対象があって、その変化を追う」というのではなく、コミュニティ意識が地域を結び付ける力として働いたときそこに何が生ずるか、その力を人々がどう捉えてきたかを見ていくことがここでのテーマであると言えよう。

こうしたプロセスを経て明らかになった、我々の目的意識および議論の方向性を改めて整理すると、第一に「印刷業と商店街がそれぞれに迎えた近代化の時期に、地域の結束力はどの程度抛り所とされてきたのか」ということになる。必要とされる度合いの変化に応じて、地域の結束力の果たす役割も変化していったと考えられる。そして、第二に「地域の結束力は如何にして生じ、どこに宿ってきたのか」ということである。コミュニティ意識が生まれる過程やその担い手について、多少の考察を加えようという試みである。これら二つの視点を中心に据えてコミュニティの変化を検証していくにあたり、以下「印刷業と地域の結束力」、「商店街と地域の結束力」、「コミュニティ意識と地域の結束力」という三つの方向から論じていくことにする。

(1) 印刷業と地域の結束力

印刷業が近代化を図っていく過程で、地域の結束力は変革の進展をどれほど左右するものであったのだろうか。地蔵通り周辺の中小印刷業における近代化事業の展開を、集積地内のコミュニティ意識の変化と関連づけながら捉えていく。また、産業者の目的意識においては、印刷業の近代化は業界内部の刷新を主眼としており、その成果は「専ら印刷業に携わる者の利益実現を以って」はかられるという位置づけがされてきたことを踏まえ、主に産業者のコミュニティ意識が一企業内及び企業間の関係性にどのような影響を及ぼした

のかについて、体質改善・近代化促進・構造改善という近代化の三段階に沿って以下に見ていく。

地蔵通り周辺地区の中小印刷業者が体質改善に乗り出した時代は、地域に根付いた技術とその担い手である職人を地域の共有財産として評価する、戦後以来の職人依存体質が色濃く残っていた。一企業内においては、とくに、渡り職人の受け入れや一定の年期を過ぎた熟練工の独立のプロセスなど、人材確保の面でそうした職人依存体質が色濃くあらわれている。

渡り職人の雇用に関しては、賃金体制や労務管理システムの確立という側面でのマイナスの影響をはっきり認識しながら、それを容認する中小企業の経営姿勢が見て取れる。また、独立に際しては、いざという時の労働力確保に備える意味でも職人同士の付き合いの中で顔が利く人材の獲得こそが大前提とされていた。この時期には、労働集約的な操業状況ゆえに、限られた人的資源を一定のネットワーク内で融通し合うという共同体意識が、中小企業の生産システムに根差したものであったことが指摘できる。当時の職人にとっては、技術に磨きをかけて一人前として腕を買われ、地域内での定評を得て独立するといった一連の筋書きは、先ずは地蔵通り周辺地区を「場」として展開されるものに他ならなかった。したがってそうした「場」での労働を日々の糧にしていくという発想は、労働者個人のライフステージにおいては、必然的に地蔵通り周辺地区を生活の「場」とする認識に直結していたと言える。

共同事業のはじめの一步として共同給食や共同宿舎といったアイデアが出され、強い要望に後押しされて一部実現したことなどはそのひとつの現われである。当時求められていた福利厚生とは、今以上に労働者の生活と実質的に結びついたもので、まさに衣食住を提供しうるといった意味合いでの職住コミュニティの成熟を、集積地を挙げて目指していたのである。こうした背景として、協力関係の土台となる職住コミュニティ意識がある程度労働者の側に浸透していたことは明らかであり、取引関係を越えた新宿一家の家族的な連帯はまさにそうしたコミュニティ意識のあらわれであったといえよう。

近代化促進の時代になると、労務管理面での立ち後れが諸産業の中でも目立って指摘され始め、そうした前近代性の克服が、＜企業間の共同＞による近代化に向けての基盤整備という意味で、いよいよ避けて通れない急務となってくる。ここにおいて職人氣質は、その非合理性ゆえに改善の対象として見なされるようになり、職住コミュニティが解体に向かう起因となった。一企業内では、渡り職人が姿を消し労働者の定着率が上昇していく。

育てた人材が生涯にわたって企業に働きを還元していくという形が徐々に確立するにつれて、技術力向上の土台として職場コミュニティの重要性が増していく。一方、企業間においては、共同事業に向けて十分に機能する同業者コミュニティを築くべく、近代化に向けて足並みを揃える動きが見られた。しかし、そうした協同の過程で、同業者コミュニティ全体での利益追求が個々の成員にとっても合理的であったかどうかについては、一括りには語れない。これは、近代化促進の時代には、近代化業種指定を獲得する必要性から、地域内に企業間の協同の事実を作ること自体が自己目的化していたことによっている。本来は各企業にあまねく利益をもたらすはずの協同事業ではあったが、現実には各企業の規模、営業実態、技術革新の状況等の違いに応じて、職場コミュニティを基盤とする各企業の利益にどのような影響を及ぼすかは異なってくる。そこで、印刷業者の関心は、そうした協同の前提として必然的に発生する一部の不利益や犠牲がどこに及ぶのかということの方に置かれていたのである。具体的には、設備投資に活路を見出そうとした中小企業が、過当競争の弊害を懸念した組合から事実上ストップをかけられる一方で、技術革新の波を何とか共同戦線を張ることで乗り越えようとしていた活版業者達が、資材の共同購入を目的とする組織作りを積極的に進めるといった具合に、協同をめぐる状況の相違も生じてきたのである。この時代は、近代化への歩みと、協同を通じて同業者コミュニティの結束力を活かすことが、必ずしも一致せず齟齬を生じはじめた時代でもあった。

構造改善の時代には、同業者との連帯意識を基盤にして業界全体の底上げを目指す＜高度化＞は、個別的なレベルに特化した企業努力を進め互いに刺激し合うことで実現すると考えられるようになってくる。一企業内においては、専ら設備投資による近代化を志向する傾向が強まり、雇用構造に変化が生じてくる。多くの企業では、技術力の維持や向上を人的資源や職人的なスキルの蓄積のレベルだけで考える旧来の発想を、新型設備の導入と新技術の受容という側面から再検討する形になったのである。このようにして、DTP等の導入に伴って、旧来の熟練職人が退職し、徐々に高齢化して賃金等級も高い職人の新技術への順応性が課題視され、初任給は高くとも適応力がある若手の求人に力を注ぐ傾向が、印刷業界全体に強まっていった。職場コミュニティは、設備改変等に対する企業のフレキシビリティを可能にする土台として、その性格を変えていくのである。

企業間の連帯に関しても、当初の近代化促進の時代に多くの中小企業が認識するようになった協業化や共同購入といった方法の重要性にかえて、企業努力を情報等の面から支えていく交流の場として同業者コミュニティの重要性を指摘する傾向があらわれる。この転

換は、各企業による個性的で個別的な努力を前提としながら、それを地域の枠組みにおいて繋ぎ合わせる結び目としてコミュニティ及び地域の結束力を活かす方向への転換である。

（２）商店街と地域の結束力

地蔵通り商店街が衰退の危機に直面した時代に、コミュニティの考え方はどのように作られたのだろうか。他の繁華街への顧客の流出やスーパー等の大型店舗の進出が商店街を揺るがすにつれ、そうした商店街をめぐる環境変化への対応としてモデル商店街事業が計画され進められていく。商店街が変質していく過程を追うにあたっては、このモデル商店街事業の展開期をひとつの画期として位置づけることができよう。また、商店街で進めた一連のモデル事業に関わるコミュニティ意識（及び地域の結束力）は、第一には商店街内部におけるもの、第二には顧客としての住民層におけるものの二つに大別できる。以下この二つの視点から、地蔵通り商店街が変質していく文脈を要約的に読み直してみることにする。

戦災復興から高度成長前期までの高揚期を終え、江戸川橋に地下鉄有楽町線が開通したり大型店舗が進出したりしてくると、商店街でも何らかの対応策を講じざるをえなくなってくる。外部からの脅威に対して商店街の各店舗が共通して受けるダメージの自覚が、あらためて商店街内部のコミュニティ意識の目覚めを喚起したのである。但し、住民層におけるコミュニティ意識に関しては、既にこの時点で、特定地域の住環境を選好することとその地域社会に馴染もうとすることを全く別物と考える新住民が出現してきたことに留意する必要がある。このことが、馴染みの店でのふれあいを感じながらの買物よりも、もっと価格・品揃え・品質・利便性といった純粋な商業機能性を重視する傾向となって表れ、商店街本来の機能と存在意義を見直させる結果となったのである。これは従来自明とされていた地域活力のシンボルとしての「おらがまち」的な商店街の基盤がゆらぎ、商店の個別的な商業機能の内実が問われるようになってくる第一歩でもあった。

モデル商店街事業が実質的に展開した時期における商店街内部のコミュニティ意識の色合いを決めたのは、多くの会員の賛同を得て実行に移された事業そのものである。具体的には、この事業の中で、商店街組合の法人化、カラ・舗装等のハード面の充実、スタンプ事業等のソフト面での取り組みの強化など、商店街全体としての一体化をはかり、ハード・ソフト両面での環境整備を進めて商業機能を高めることが目指されたわけである。しかし、目に見える商店街の刷新を専ら意識したモデル商店街事業の過程で、顧客すなわち利益の

確保という目的を越えて、「コミュニティ商店街」たることが真に目指されていたかという
と若干疑問が残る。この時期には既に、住民層の中でも地元意識が薄れ出しており、近隣
商店街が地元商店街として地域の消費生活を請け負う時代は終焉し、地元商店街の機能に
対する選択的な見方を強め限定的に関与する時代に変わってきていたからである。他の繁
華街へ顧客が流出しはじめ、地蔵通り商店街が求心力を失って多様化する住民層の二 - ズ
の変化に応えきれなくなっていく一方で、モデル商店街事業における経営合理化・近代化
の試みを通じて商店街が従来の良さを失っていく側面もあり、それを住民は冷静に見つめ
ていたともいえる。

地蔵通り商店街の内部においても、戦後復興期や高度成長前期に比べると、業種・後継
者の有無・事業主の年齢の違い等により足並みを揃え結束力を発揮することが、はるかに
難しくなっていたと思われる。モデル商店街事業の実施過程において、結果的に収益構造
や経営意欲の面での企業間格差が顕在化し、そのことが商店街の有り様を変えていったと
みることができよう。

(3) コミュニティ意識と地域の結束力

コミュニティという概念自体は極めて多義的に用いられており、厳密な規定は難しい。
ただ、産業者や生活者といった様々な立場を通して人々が生き、そうした行為の集積によ
って社会を構成していくプロセスにおいて、どこかの空間的な「場」に身を置くことで必
然的に生じる地域性が重要な作用因となりリアリティを感じ取る源泉となってきたことは
明らかである。但し、現代では既に、その「場」たる地域社会に対してどのような帰属の仕
方をするかは、生活様式の選択と同様、個々の人々にとって選択可能な対象となっている。

それでは地域の結束力とはどのような形で表れてくるのだろうか。これは他でもなく、
地域が抱える問題への対応力であり、地域を一定のあるべき像に向かわせようとする共同
の推進力である。これは、自分達が共同で設定する「場」(= 地域社会) をより良く変えて
いくことが、問題に直面している生活者個人の日常を確実に好転させる手立てであると構
想する力に支えられているといえよう。

地蔵通り周辺地区を生活の場や産業の拠点として選択した人々が集積しているだけで
なく、それらの人々が共同営為として一定の地域空間を設定し、そこを舞台に生活者のた
めのさまざまな改革や改善を模索し続ける意欲を注ぐという発想自体が地域の結束力を支
えているのである。かつては自明として枠付けがされていた地域社会を、個々の事業者や

個人が自分達の生活戦略を考えるなかで組み替えながら、共同営為として一定の地域空間を舞台として設定し活動を組み直していく。高度経済成長期以降にみられるモデル商店街事業の展開などは、階層分化や商店街内の経営者意識のズレなどを顕在化させながら、商業の生き残り策として戦略的に地域を動かすという発想に基づいて創り出された結束力に依存しているといえよう。

しかし、地域が結束しうる対象と課題がどのようなプロセスとメカニズムで顕在化するかについては、別箇の検討が必要である。人々が必然的に決断を迫られ行動を促されるような機会でもなければ、そうした対象や課題も個人レベルでは可視化されず共通の課題として浮上していくことは難しいからである。対象と課題を相互に共有すること、そのうえでその課題解決が個々の個人的努力に還元できず、共同行為による解決が不可避であると認識すること、さらにその課題解決が個々の生き方や生活戦略にとっても重要な意味をもつという価値判断を下すこと、これらが重層することが必要である。

その一例を地蔵通り周辺地区についてみれば、水害対策の要求運動の時点においては、生活者及び産業者にとっての利益実現の「場」は地蔵通り周辺地区に他ならなかった。それ以外の選択肢を持たなかったわけではなく、戦後の復旧に意欲を燃やした人々をはじめ、水害の危険性というデメリットを承知で拠点を構えた印刷業者等も含めて、この地で何かをなそうという人々の強い意志に裏付けられた地域の草創期からの凝集力を維持していたがゆえのことである。インフラ整備は地域に生活や産業の拠点をもつものにとっては常に根本課題であり、そうした意味ではこの地蔵通り周辺地区は水害問題の解決を地域の共通課題として抱えていた。水害対策というテーマ自体が、その解決のために地域に要請していたのは、居住コミュニティのレベルにおける結束力であった。つまり、住環境の保全を志向する生活者としての個人間の利益の一致が求められていたのである。その点に関しては、業績の確保を志向する産業者としての印刷業や商店街の人々が、同時に生活者としての居住コミュニティ意識を持ち合わせていたことで、地蔵通り周辺地区は職住コミュニティというレベルでの利益の一致をバネに結束力を創り出すことができたのである。また、水害対策は必然的に行政への働きかけを前提としていたが、それゆえ地区の協議会を結成して要望を集約しその結束力の強さを武器に区議会を動かすことにより事業を進展させることが、居住者個人の利益実現においても適合的であったのである。この要求の実現は、職住コミュニティの結束力をよりリアリティのあるものにし、コミュニティ意識と地蔵通り周辺地区に対する地域観を決定付ける力を一定期間持続させる効果をもったのである。