



大衆食堂経営主の「暖簾分け」と同業ネットワーク ：「力餅食堂」を事例として

奥井，亜紗子

(Citation)

社会学雑誌, 35/36:128-149

(Issue Date)

2019-07-31

(Resource Type)

departmental bulletin paper

(Version)

Version of Record

(JaLCD0I)

<https://doi.org/10.24546/E0041985>

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/E0041985>



大衆食堂経営主の「暖簾分け」と同業ネットワーク

——「力餅食堂」を事例として——

奥井 亜紗子

京都女子大学現代社会学部准教授

はじめに

「力餅食堂」は、創業一三〇周年の歴史を持ち、京阪神都市新興地域の商店街によくみられる大衆食堂である。創業者の出身地兵庫県但馬地方から連鎖移動した住込み従業員を一定期間の修業ののちに独立開業させていく伝統的な「暖簾分け」で店舗数拡大を続けてきたことが特徴であり、昭和末期最盛期には関西一円に山陽を加え全一八〇店舗の規模を誇った。近年は経営主の高齢化と跡継ぎ不足により廃業が相次いでいるものの、長らく、京阪神のちよつとした商店街には、大抵杵のマークの暖簾を掲げ店先におはぎ等の甘味をおいた力餅食堂が店を構え、都市に生きる人々の日常生活に溶け込んで庶民の胃袋を支えてきた（写真1）。

こうした地域密着型の大衆食堂の経営主は、都市自営業者として地域や商店街組織の主たる担い手であることが一

般的であるが、彼らがどのような来歴を持ち、いかなるネットワークのなかで日々の商売を営んできたのか、というこ



写真1 1960年頃の力餅食堂

注：写真は大阪市東住吉区駒川町の北田辺支店

とはこれまで殆ど注目されてこなかった。本稿は、力餅食堂（以後、「力餅」と表記）を事例に、京阪神都市圏における大衆食堂経営主の暖簾分けと同業ネットワークのあり様をモノグラフィ的に報告するものである。

本稿の構成は以下になる。まず第一節では、暖簾分け制度とその変遷を概観したのち、近代以降の大衆食堂の盛衰についてまとめる。第二節では、力餅の歴史的展開と暖簾分けによる系譜関係の構築、そして組合の組織化について言及し、第三節以降では大阪力餅組合の活動事例から、戦後高度成長期に大阪新興地域に根を下ろした大衆食堂経営主を包摂してきた複層的なネットワークの機能について考察する。

一 暖簾分け制度と大衆食堂

暖簾分けは、商家などで特定の奉公人に営業権を分与して別家を許す制度であり、丁稚制度、住み込み制度などが含まれる。奉公人は早朝から夜半までルールなくこき使われ、賃金も極めて低く抑えられていたが、丁稚、手代、番頭、別家と、徒弟制度のもとで一定期間を勤め上げたら「暖簾分け」の形で独立の小商店主にしてもらえるという「階級上昇のプレミアム」を有する労働者であった（山崎、一九九八・一一）。家成員を分出する暖簾分けによって商家

同族団が形成されていくが、別家は本家に対して独立後も奉公しなければいけない反面、危機に直面すると主家から庇護や援助を受けることができる。暖簾分けされた別家同士は本家を中心に同族団を形成し、その関係は世代を超えた永続が希求された（中野、一九七八）。

近世には豪商経営だけでなく、旅館や貸座敷業、職人など幅広い分野に見られた暖簾分け制度であるが、近代以降は徐々に衰退していく。明治末期に記された丸山侃堂・村南史著『丁稚制度の研究』（一九一二）は『大阪朝日新聞』の特集記事がまとめられたものである。ここでは、近代化にともない資本労働関係が変化し、取引量も著しく増大する中で、雇い入れる店員は増加するが暖簾分けを許される店員はごく一部となり、階級上昇のルートが著しく狭められてきていること、また別家をしてもかつてのような報酬も親類並みの待遇もなくなり「奴隸的境遇」となりつつあることが指摘され、俸給通勤制との折衷によって雇用関係の部分的近代化を図る必要性が説かれている（丸山・今村、一九一二）。もっとも、中野が指摘するように、近世の丁稚制度においても階級上昇は保障されていたわけではない。むしろ丁稚の選別淘汰は丁稚制度の本質に組み込まれたものであったが、この記事が書かれた明治末年には、中小商家の存立が困難化して実質的な満足を伴うような暖簾分けが難しくなるなかで、その本来有していた意味合い

が失われ、安価な労働力の使い捨ての為の手段と化す傾向が顕著になりつつあったという（中野、一九七八・一七七―一八九）。

戦後になると、こうした制度に基づく奉公人が封建的主従関係に近い隷属的な立場にあると同時に家族の一員として待遇されている点が「封建遺制の残滓」とみなされ、労働基本法が制定されるなかで、雇用労働面の「民主化」と「合理化」が推し進められていく。実際には、多くの小規模商店では戦前の丁稚と変わらない労働状態が続いていたが、一九五三（昭和二八）年、大阪松屋町にて待遇に不満を募らせた住込み従業員が店主一家を殺害するという「松屋町事件」が発生し、これを契機に週休制度や寮の整備が進み「近代的」な雇用制度が取り入れられていくことになった（荒木、二〇〇八・二〇〇一―二〇一）。

力餅はこのように暖簾分け制度が衰退していく時期に出現し、その消滅の局面である戦後高度成長期に暖簾分けによって店舗数を急増させたという意味で、独特な歴史を持つ大衆食堂ということができる。

ところで、暖簾分けをめぐる研究において大衆食堂がその対象として挙げられてこなかったのは、ひとえに食堂業自体がきわめて「近代的」な産業であったことに起因している。飲食店の原型は、旅中の食事である「旅籠」を提供する「旅籠屋」が定着した室町末期にさかのぼる。江戸後

期頃からは高級な料理茶屋も出現し、その対極として「飯屋」「膳飯屋」が登場したが、外食施設としての飲食店が一般的に普及するのは大正中期であり、「食堂」という言葉は大正期に入ってから流行したものであった（野沢、二〇〇四・一二、二三）。

近代以降、日本の人口増加がかつてない勢いで進行するなか、産業化の進展と都市の成長にともなって、大勢の人々が賃労働者として農村から都市に流入した（鬼頭、二〇〇〇）。湯澤はこの状況を「たくさんさんの『胃袋』が農村から離れ、都市へと集中した」と表現し、胃袋の「孤立化」と「集団化」から近代日本社会を読み解いている（湯澤、二〇一八・九）。この大量の「胃袋」の問題に対処するため、大正期には東京、大阪、神戸等で公営食堂が設立されて好評を博し、大衆食堂は一九三五（昭和一〇）年頃の一つのピークを迎える。一九四一（昭和一六）年米穀配給通帳制とともに外食券制が実施され、統制経済の影響を受けて閉店が相次ぐが、戦後日本経済の復興が本格的に始まり高度経済成長期に突入すると、農村から都市への膨大な人口流入を背景に、大衆食堂は全盛期を迎えることとなった（野沢、二〇〇四・二四―二六）。

一九七〇（昭和四五）年以降は外資系の外食産業が進出し、洋風レストラン形式のファミリーレストランやファーストフード店が飲食業界を席捲するなかで、「庶民派」で

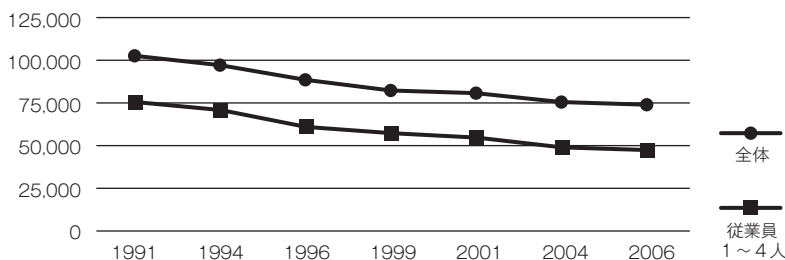


図1 「一般食堂」事業所数の推移（店）注：総務省「事業所・企業統計調査」各年度より筆者作成。

「昔ながら」の大衆食堂は失速していくことになる。図1は大衆食堂の店舗数の推移を総務省「事業所・企業統計調査」の「一般食堂」の事業所数からみたものである。これによると、一九九一（平成三）年に一〇万二三五一店であった「一般食堂」は徐々に減って、二〇〇六（平成一八）年には七万三二九八店まで落ち込んでいるが、その減少分は従業員一〜四人の小規模な、いわゆる家族経営的な大衆食堂の減少にほぼ相当するということがわかる。二〇〇七（平成一九）年には日本標準産業分類の改定により

「一般食堂」という小分類が消滅したため、その後の店舗数の推移が不可視化するが、二〇〇八（平成二〇）年に厚生労働省が実施した「生活衛生関係営業経営実態調査」によれば、当時の一般食堂経営者の年代は「六〇〜六九歳」が三九・五%、「七〇歳以上」二二・四%と合わせて六割以上を占めており、また「後継者あり」と回答した割合は二八・二%と三割弱にとどまっている。この調査から約一〇年が経過した現在、大衆食堂はまさに今、経営者の高齢化によって急激に店舗数を減らしていく局面にあるといえよう。

大衆食堂は下町商店街の風景の一部であり、その経営主は都市自営業者として一括りにされ、これまで社会的な研究対象に挙げられることは殆どなかった。しかし彼らもまた、多くの賃労働者と同様、近代以降の都市社会の発展にともなって農村から都市に流入してきた移動者であり、郷里を離れ新たな土地に根付いて商売を営むにあたっては、様々な資本やネットワークを駆使して都市社会を生き延びる基盤を構築していく必要があった。大衆食堂経営主が有したネットワークの諸相を捉えることは、これまで顧みられなかった高度成長期の京阪神都市形成史の一側面を描き出すことになるだろう。

二 力餅の歴史と組織

二― 力餅と調査の概要

(一) 力餅の歴史的展開

はじめに力餅連合会編（一九八八）『二〇〇年のあゆみ』より、力餅の歴史を概観しよう。

力餅の創業者池口力造は、兵庫県城崎郡旧奈佐村（現豊岡市）目坂の農家の長男として生まれた。一二歳で旧豊岡藩士伊藤家の下男として奉公に出るが、三年で実家に帰り農業を継承する。老父母を看取ってから伊藤家より資金を借り入れ、一八八九（明治二二）年三月豊岡町豊田町に饅頭店を開業した。饅頭店は不振で数年で閉店するが、一八九五（明治二八）年に京都寺町六角に「勝利饅頭」店を開店し、日露戦争の時運にのって一九〇三（明治三六）年には「京都名物力餅」として大成功をおさめる。

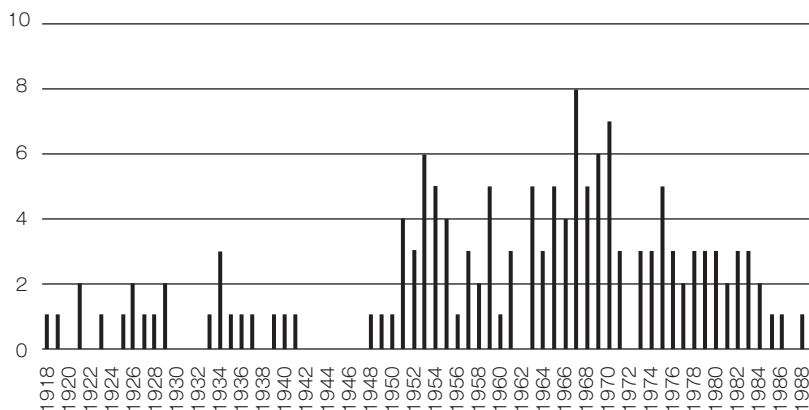
大正期以降、暖簾分けによる多店舗化で京都から西へと店舗を増やしていき、一九一四（大正三）年には京都で六店舗、大阪一号店を天神橋筋商店街に開店、一九一八（大正七年）には神戸一号店を小野柄通りに出店した。当時はあんころ餅やぜんざい、大福、田舎饅頭などが主体の甘党食堂であり、であったが、大正末期に甘味中心から麺類、丼ものを加えた一般的な大衆食堂へと展開し、玉二つと餅の入った「ビックリうどん」やポリュームたつぷりの「ビッ

クリぜんざい」が、当時急速に工業都市として発展していた京阪神地域の労働者層に受けて評判となる。この頃、創業者の弟池口喜一郎によって、杵をクロスさせた上に「力」の文字をあしらった「力餅」の登録商標デザインが作られた。一定の年月を勤めた従業員に暖簾を分けていく方式で店舗数は順調に増加し、一九三六（昭和一一）年には京阪神六九店舗、昭和一六年には京阪神に広島を加え全七八店舗にまで拡大した（力餅連合会、一九八七・一九）。

一九三九（昭和一四）年以降は統制経済が始まり、戦火が広がるにつれて原材料の入手難が深刻化して閉店が続出するようになる。本土決戦になると郷里但馬に疎開する経営主が増え、敗戦当時残っていたのは京都二〇店、大阪わずか三店であったが、戦後は徐々に経営主が戻り、一九五〇年代前半の戦後第一期店舗急増期、高度経済成長期の第二期店舗急増期を経て（図2）、昭和末期最盛期には全一八〇店舗を記録する。

(二) 但馬出身者の連鎖移動

およそ二世紀のあいだ順調に店舗数を拡大してきた力餅であるが、暖簾分けをした経営主の大多数は創業者と同郷の但馬出身者であり、親戚や同郷者の紹介など縁故の「つて」をたどって力餅に住込み従業員（「丁稚、番頭」として働き、親方のもとで一定の修業を経て独立開業していった。



注1：力餅連合会『一〇〇年のあゆみ』（1988）pp.18-28をもとに筆者作成。

注2：記念誌編集時点で営業中の店舗のみがカウントされているため、実際の開業店舗数はもっと多い。

図2 年別出店数（店）

兵庫県の日本海側に位置する但馬地方は、山地が多く耕作地が狭小であり、日本海型気候で冬の降雪量が多いことから、北但西部を中心に但馬杜氏などの酒造出稼ぎをはじめ、凍豆腐製造、女中奉公など、古くから様々な季節出稼ぎ労働力を輩出してきた。図3は兵庫県但馬地方内旧町のうち、二〇一七年現在営業中の店舗の初代経営主を多く輩出した地域を濃淡で示したものであるが、創業者池口力造の出身地である北但東部旧奈佐村に隣接した山間部日高町（六〇・五％）が最も多い^③。彼らの多くは農家の次三男であり、就業機会の乏しい北但馬において、跡継ぎ以外は学卒後京阪神を中心とした都市圏に移動するのが「既定路線」であった。筆者は奥井（二〇一八）において、力餅経営主の離郷から力餅入職、独立開業までの生活史をまとめているが、親方のもとで修業を積みばいずれ独立し自分の店を持つことができる力餅への入職は、学歴切符を持たず身一つで移動してきた彼らにとって、都会で「一旗揚げる」それなりに現実的な「立身出世」ルートであった。番頭の独立開業にあたっては、親方が銀行の保証人となったり資金を直接貸し付けたりなどの経済的な援助を行うことが一般的であり、出店場所を一緒に探し、不動産業者との契約を代行するなどこまごまとしたサポートも行ったという（奥井、二〇一八・五五―五七）。

(11) 調査の概要

筆者は二〇〇一（平成一三）年より北但馬旧村岡町、日高町を中心にフィールドワークを開始し、戦前から戦後高度成長期にかけての京阪神都市移動者に対し追跡調査を実施してきた（奥井二〇一一）。

力餅に関しては、二〇一五（平成二七）年より力餅関係



図3 力餅経営主の出身地

者へのインタビュー調査を始め、二〇一七（平成二九）年七月には郵送調査票調査（『力餅』経営主の生活史に関するアンケート調査）を実施している。調査対象は「会員名簿（平成二七年三月現在）」に記載された八二名から名簿作成以降に廃業した五名を除く七七名であり、初代経営主用と二代目以降の経営主用の二通を同封し、回答者になぜかを選択して貰う方式をとった。回収数四八通（初代二九通、二代目以降一九通）、回収率は六二・三％である。本稿で用いる数値データは特に注釈がない限りこの調査票調査に依拠している。インタビューは、力餅組合幹部及び会員の経営主（近年廃業した元経営主含む）一七名、その他経営主の妻、但馬在住で近親者に力餅関係者を有する者などを対象とし、調査は現在も継続中である。

二一 系譜関係の構築と系統の結びつき

二〇一七年調査当時、力餅経営主の年齢層は七〇代以上が五三・二％と過半数を占めており、五九歳以下は一〇・六％と一割強に留まっている。高齢期にある初代経営主は、独立開業後、親方とどのような関係性を築いてきたのだろうか。

力餅では暖簾分けした後は完全独立経営となっており、親方とも立場上は対等な関係となるため、メニューや値段、おはぎの作り方や材料の仕入れ先に関しても、親方から具

体的に指示されることはない。暖簾を分けながらも商売上の拘束力が極めて弱い理由としては、力餅が徹底した地域密着型の大衆食堂であり、売れ筋も客層も立地によって異なること、また一九九〇年代以前の力餅は「作っても作っても売れる」というほど繁盛した店が多かったため、一旦店を構えてからは経済的な面で親方からの継続的な庇護をさほど必要としなかったという事情もあると考えられる。

それでも初代経営主に対して「現在の自分があるのは親方のおかげだ」という意見への賛否を問うたところ、「そう思う」七五・九%、「ややそう思う」二〇・七%とほぼ全員が首肯しており、独立までの面倒をみてくれた親方への恩義の念は現在も極めて強い。初代経営主H氏（一九二〇年代後半生）は、「親方というのは親みたいな感じか？」という筆者の問いかけに対し、「親以上ですよ。あの親方がいてなかったら、こんな（商売）、とつても、してられへん」と即答している。

このように親方は「親以上に親」であり、また「同じ釜の飯を食った」兄弟弟子とは「親戚以上に濃い」付き合いをするケースが少なくなかった。二代目経営主O氏（一九五〇年代前半生）は、子供の頃、毎年暮れの餅の大売出しの後、独立した「兄ちゃん（番頭）ら」が多い時は家族連れで総勢一二三人も正月を祝いに集まり、その準備に奮闘していた母親の姿を以下のように回想している。

昔は必ずねえ、正月の一日はね、必ず（独立した番頭さん達が——筆者注）うちに来て、新年するの。…年末はね、お餅つてね、ものすごいしんどいんですよ。（略）母親はもう、真っ白けになるんですよ。餅の粉でやるでしょう。二階のところに餅をだーっと並べてね。部屋中真っ白けになるし。三一日にお餅が終わった後は、掃除するのに朝までかかる。で、朝までかかってその掃除するのと、あと、煮しめ、いわゆる、お正月のおせち料理を炊くんですよ、母親がね、夜通し。もうそれまでへとへとなってんのに、毎年あれ、…今から思ったら可哀そうだったなっと思うんだけど。（略）で、正月に皆、その人ら（番頭さん達）もまた（餅）やつてるから、来るのは昼過ぎてからね、また来はるわけで。

こうした付き合いは、子どもの成長や代替わりなどで多少薄れていくものの、「親方とは家族ぐるみの付き合いだ」に対して「あてはまる」と回答した者は二〇・八%、「ややあてはまる」三七・五%と現在も過半数があてはまると回答している。また、「親方の家族とは年賀状のやり取りをしている」は、初代経営主の八八・四%（二三）、二代目経営主の代になっても八二・三%（一四）があてはまると回

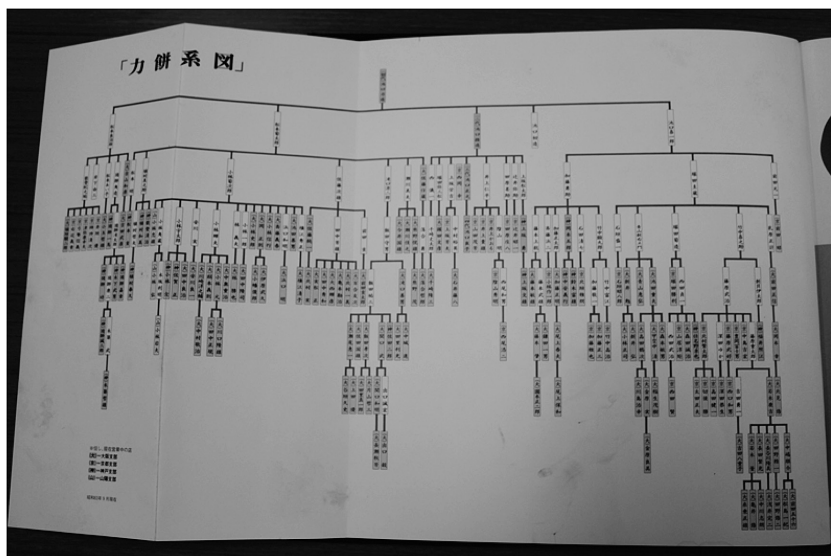


写真2 力餅系図

注：力餅連合会『100年のあゆみ』（1988年）巻末資料を筆者撮影。

答しており、親方家族との儀礼的な付き合いは代替わりしても殆ど変わらず続いていることがわかる。また、親方が亡くなってからも兄弟弟子（番頭）同士の関係性は一定程度継続しており、仲の良いところでは毎日のように電話をする、あるいは毎年夫婦連れで旅行に行くというケースもある。

『「100年のあゆみ」巻末には初代創業者からの暖簾分けの本末が「力餅系図」として収録されている（写真2）。この系譜関係の相互認知は力餅の特徴の一つであり、複数の番頭を独立させた親方の筋は、親方の店舗所在地の名前をとって「〇〇組」や「△△系統」と呼ばれた。なかでも規模が大きかったのは和歌山系統である。創業者池口力造の孫弟子にあたる小林菊次郎が一九二一（大正一〇）年に和歌山市ぶらくり丁商店街で出店して頭角を現し、大阪を中心に次々と番頭を開業させ、孫弟子も加えた一大系統を形成して昭和末期には二四店舗（大阪二〇店舗）に上った。大阪で店舗を構えた和歌山系統は「廿日会」を組織し、定期的に集まって勉強会を行っていた。和歌山系統の経営主し氏（一九五〇年代前半生）の語りからは、こうした会合が系統内各店舗の経営改善に加えて、系統外に向けて一種の威信機能をも有していたことがうかがわれる。

「（系統で）いろいろな情報交換をやりやうやないかって

いって、頻繁に集まってね、そしていろんな研究をされたり、『こうしたほうがええやろう』とか、それを一軒一軒、『今日はお宅のこやで』、『今度はあんなのこやで』って、順番にね、店で集まって。したら、自然とほら、店もきれいになってくるやん。(皆が) 来るのに、体裁よう……どんな要はプラス方向に。(略)で、まあ、勉強会も繰り返してやるなかで、『ああ、力餅でも廿日会っていうのは大きな存在やな』っていうように、周りからも、見はるようになった。大阪の力餅の人からしたら、『あ、あの廿日会の人らは、えらい集まって色々勉強会やって』って。」

こうした勢いのある系統でなくとも、系譜関係にもとづく系統は、「何かあれば、すぐに寄る」最も基本的なネットワークであった。番頭の独立開業初日や新装開店時恒例の半額大売出しには、系統の親方や兄弟弟子達が早朝から手伝いに駆け付けたし、冠婚葬祭の際もこの系統が主体となって執り行ったのである。一九六四(昭和三九)年に開業した前述日氏は、郷里から呼び寄せた母親が亡くなった際、親方に葬式の準備全ての采配をふるってもらった。日高町山奥の戦後も土葬の風習が残る地域から出てきた日氏にとって、葬式といえは穴掘りから供花の採集まで村人達の手で

行うものしか知らず、都会での葬式の出し方は「見当もつかなかった」という。郷里を遠く離れて生きる彼らにとって、この系譜関係に基づくネットワークは、都会生活を営む上での第一義的な「拠りどころ」だったといえよう。

二二三 力餅組合の組織化

力餅では、こうした親方と弟子たちで形成される縦の系譜に基づいた系統と同時に、大阪、京都、神戸ごとの「力餅組合」とその上位組織である「力餅連合会」という組織が存在する。力餅組合は、力餅の暖簾を掲げた店舗を持つ経営主個人を会員とする同業組合である。二〇〇一(平成一三)年四月二〇日『料飲観光新聞』は力餅を「関西地区で最大の規模と歴史を誇る『のれん会』」と表現しており、関西の飲食業界、特に麺類業界において力餅組合は相応の存在感を示してきた。

力餅組合の組織化は昭和初期にさかのぼる。すでにその頃から、慰安会や永年勤続者の表彰などが恒例となり、また取引額の一部を組合に預ける積立金制度も設置していた。^⑥一九三七(昭和一二)年には創業者池口力造を囲んだ祝賀謝恩会が開催され、その席で創業者の弟池口喜一郎と本店から暖簾分けした松本菊太郎が中心となって、「力餅連合会」発会式が行われた。戦時中は各組合とも自然解散するものの、戦後混乱期を経て店舗数が回復してくるなか

で、一九五二（昭和二七）年には再度力餅連合会が発足し、下位組織である各組合の活動も再び活発化していく（力餅連合会一九八八・二〇一二四）。

表1は各組合の構成と規約の一部をまとめたものである。組合ごとに文面には多少差があるものの、「組合員相互の親睦」と「共存共栄の実をあげる」ことを目的とし、各組合レベルにおいて力餅商標の与奪権を有していることが分かる。実際、番頭が独立開業する際には、親方が暖簾分けの許可を出すと同時に所属する組合の組合長や役員に申告し、店舗候補地が近隣の力餅と距離が近すぎないか等を確認の上、組合で承認された。

力餅連合会の会長はこの京都、大阪、神戸の各組合長が二年任期の持ち回りすることになっており、年一回の総会は連合会長を出している組合の地域で開催される。連合会費は現在、組合員一名につき一二〇〇〇円を支部ごとに徴集しているが、連合会が恒常的に行う業務は総会と保険の一括加入、及び一〇年に一度の商標登録更新のみであり、実質的な活動は各組合単位で行っている。なかでも、大阪力餅組合は店舗数の多さも手伝って近年まで活発な活動を展開してきた。次章では、大阪力餅組合の事例をより詳しくみてみよう。

三 大阪力餅組合の事例

三― 大阪力餅の地理的分布とブロック会

力餅は一世紀にわたって暖簾分けと代替わりを繰り返してきたため、近所で同じ暖簾を掲げていても系統が異なると全く面識がないことも珍しくない。組合組織化の当初の目的はそうした「具合の悪い」事態を避けることにあった。大阪力餅組合では、地理的に近接する店舗同士をグループ化した四つのブロックに分かれて組織され、定期的な会合を持っている。これは同一地域の経営主が相互に親睦を深め、情報交換を行うようにシステム化されたものであった。

第一ブロックは「三阪和線沿いを中心に主に大阪南部（浪速区、西成区、堺市、高石市あたり、和歌山一店舗含む）の店舗、第二ブロックは天王寺近辺（天王寺区、阿倍野区、生野区）から府東部（東大阪市、大東市、八尾市など）の店舗、第三ブロックは阪急沿線を中心に十三、三国、東淀川から豊中市、高槻市近辺の店舗、第四ブロックは千林、守口など京阪沿線の店舗からなっている。各ブロックを地図上に落とした図4を見ると、大阪力餅の店舗はおおよそ戦前期からの中心市街地といわれる郊外住宅地の中間の「インナーリングエリア」を中心に分布していることが分かる。「インナーリングエリア」とは、低湿地のため戦前

表 1 各組合の構成と規約抜粋

	京都	大阪	神戸
構成地区	京都府下一円	大阪府及び和歌山県全域	兵庫県下一円
目的	組合員相互の親睦を図ると共に共栄の実をあげることを目的とす。 1. 営業に関する諸法令の遵守奨励。 2. 営業上必要な原料、什器、包装紙、その他物件の共同購入。 3. 会員および店員の教育向上、表彰に関する事業。	本組合の輝かしい歴史と伝統を重んじ、組合の健全な発展と振興を図ると共に、組合員の共存共栄の実をあげることを目的とす。	組合員相互の親睦を図ると共に、その共存共栄の実をあげることを目的とす。
役員構成	組合長 1 名／副組合長 2 名／会計 2 名／庶務 1 名／監事（組合 1 名・連合会 1 名）／理事若干名／相談役若干名	組合長 1 名／副組合長 4 名以内／会計 2 名／監事 2 名／理事若干名	組合長 1 名／副組合長 2 名／会計 1 名／理事若干名
役員任期・選出方法	役員任期 2 年。総会にて選任。理事は各区内より選出。再任あり。	役員任期 2 年。再任あり。	役員任期 2 年。年次総会にて選任。再任あり。
入会条件／組合員たる資格	組合長に申請し、組合長は役員会を開き、登録商標・登記商号使用許可・隣接店舗の異議なき場合之を決する。	組合員は次の資格を具備するものとする。 1. 本組合員の従業員として 8 年以上勤務し、その組合員の推せんしたる者 2. 総会において、特別に承認を得たる者。 組合員 1 名の保証人及び役員会の承認を必要とする。役員会は入会承認にあたって人格・信用・勤務態度等を重視する。保証人は入会申請者の本組合に対するすべての義務を保証する。	組合員は下記の資格を具えるものとする。 1. 昭和 28 年 1 月 1 日現在登録商標「力餅マーク」を使用し商号を「力餅」「ちから」と称し商売を営むもの。 2. 8 年以上の勤務者にして店主の承認したるもの。 2 該当者は本組合の承認を要し、本組合は本人の社会的人格、隣接店舗その他に支障なきときは承認するものとする。
資格消失／除名規定	組合員にして廃業転業登録商標登記商号使用なき場合は、その時を以て組合の資格は消滅するものとする。	規約を遵守せず、道義に反し不信行為のあった組合員を総会に諮り、登録商標及び登記商号の使用を禁止し、除名することができる。	規約を遵守せず道義に反する者は組合は登録商標及び登記商号の使用を禁止する事を得る。
1988 年 会員数	34 人	100 人	28 人
2015 年 会員数	18 人	53 人	12 人

注 1：「会員名簿」（2015）各支部規約をもとに筆者作成。1988 年会員数は力餅連合会（1988）『一〇〇年のあゆみ』掲載名簿による。

注 2：連合会のもとにおいて各組合はそれぞれ「支部」として存在している。なお、「支部」は上表京阪神支部のほか、「山陽支部」があり、一名の経営主が複数の支店をチェーン展開（1988 年当時 18 店舗）しているが、現在力餅連合会との関係性は殆どなくなっているという。

注 3：2015（平成 27）年の京都会員 18 名のうち 1 名は力餅本店の創業主子孫で婚出した女性であり、登録商標所有者として名を連ねている。本店自体は長らく休業していたが、2018（平成 30）年に店舗を売却した。

期には居住地として利用されていなかった大阪市街地の外縁部五～一五kmの地域（豊中市、摂津市、門真市、寝屋川市、東大阪市、松原市、堺市など）を指す。この地域では、戦後高度成長期の重化学工業化にともなって、低所得労働者を対象とした「文化住宅」や木造アパートが立ち並び、木賃住宅密集地域が形成されていた（西村、二〇〇八：一一四）。

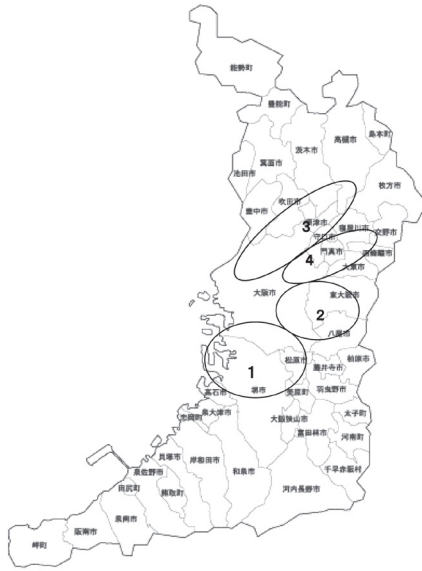


図4 大阪力餅組合4ブロック

注1：『会員名簿』（2015）をもとに筆者作成。

注2：第1ブロックの和歌山1店舗を除く。

この「インナーリングエリア」を中心とした分布からは、力餅が大阪の高度経済成長を支えた労働者層の「胃袋」をターゲットに興隆してきたこと、そして経営主の多くが発展しつつあった新興地域に店を構え、商店会や各種地域組織に比較的設計初期の頃から関わって、地域のリーダー的な存在として定着していったことが推察される。

三二 共同化路線とその挫折

大阪力餅組合は、京都、神戸の組合と比べると、「共存共栄の実をあげる」うえで商売に直接関わる事柄の共同化を積極的に志向してきた。一九六八（昭和四三）年には失業保険組合を設立、一九七七（昭和五二）年にはのれんと包装紙を統一、一九八二（昭和五七）年にはテレビ大阪でTVコマercialを放映し、同時に謝恩セールで三角スプードくじによる景品プレゼントを実施するなど、共同で取り組んできた事業は様々であるが、なかでも店舗数の増加に影響を与えたとされるのが「力餅ローン」である。一九五五（昭和三〇）年に大阪信用金庫で組合積立貯金をスタートさせる。これは集金不徹底のため翌年には一時中断するが、再度一九六二（昭和三七）年に近畿相互銀行にて組合積立貯金を開始、一九六八（昭和四三）年には住友銀行に積立預金を移し、おおよそ同時期に「力餅ローン」を始める。これは、各店舗の番頭達が独立開業にあ

たつて銀行から融資を受ける際の保証を、組合員である経営主が一人五〇万円ずつ出資して担保としたものである。一九七〇年代以降に開業した経営主の中には、これによって資金調達が可能になった者も少なくない。同じ力餅でも親方の資金力に大きなばらつきがあるなか、この「力餅ローン」は、親方同士の相互扶助をベースに経済的に共同すること、オイルショック後の低成長期においても、暖簾分けによる新規開業を可能にできたといえよう。

しかし、その一方で難しかったのが、商品をめぐる共同化——仕入れや商品開発・製造の共同化——である。「大阪力餅組合規約」第十九条には、組合が行う事業の一つとして「原材料の共同仕入」が掲げられているが、実際には店舗によって仕入れ先にはばらつきがあり、組合一括での共同仕入は実現してこなかった。

『二〇〇年のあゆみ』が編纂された一九八七（昭和六二）年は力餅が最も店舗数の多さを誇った時期であり、誌面には住友銀行千林支店支店長をはじめ、取引先企業の代表取締役と京阪神各組合役員による座談会が掲載されている。ここでは連合会の組織力を活かして仕入れやメニュー開発、新人教育などにスケールメリットを取入れていくことの重要性が積極的に論じられた。

当時、共同化路線の先鋒に立っていた大阪力餅元副会長B氏（一九三〇年代前半生）は以下のような発言をしている。

「他の企業ができるだけ身軽な経営体制にもつていうとして、逆行するようですが、私共はもう少し力を結集することを考え直して、それぞれの店主が、企業の人々という考えで仕事に従事していく。管理部門と現場をしつかり確立し、協同組合以上の経営体質でやっていく時代が、すでに来てしまっていると思いますね。」（力餅連合会一九八七・三九）

インタビュー調査でB氏はこの発言の意図を「私、昭和五〇年でこの商売あかんと思いました。これはもう、続かないと。：そういうことがないように、何とか共同で、作業場作ったりしてやろうかと」と語っており、具体的には、地価の安い但馬に赤飯やおはぎの工場を作って各店舗に配送するなど構想していたという。B氏の共同化路線には一定の賛同者もあり、また実際独自に機械化を進め試験的に冷凍おはぎを販売してみたこともあったが、結果的にこの共同化路線は挫折することになった。その主な理由としては以下三つが挙げられる。

第一には、力餅が完全独立経営で、メニューも各店舗の裁量に任されてきたため、味の画一化に対する拒否感が強かったことである。前述したように同一系統でだしやメニューの勉強会をしたりすることはあったが、基本的には経営主それぞれが「一国一城の主」として、だしの配合や

使う調味料などについて研究を重ねて改良しており、「うちの商品が一番や」という矜持を多くの経営主が有していた。以下は先述した座談会での発言であるが、役員という立場で力餅の将来を話し合う場においても、やはり「自分の店の味」「自分の店のメニュー」にこだわる経営主の心情を垣間見ることができる。

「私の店では、ゆず出し」というのに特許をとりまして、そばにその出しをかけて長寿そばという名で売り出そうとしているんですが、ゆずの香りがあって、ほんとにサッパリしています。」（大阪力餅副組合長）

「私の店は甲子園口にありまして、そういう関係から『満塁ホームラン』というメニューを考えましてね。揚げが入っている、タマゴも天ぶらも入っている、というふうに、すべての塁がうまっているわけです。発売当時、マスコミにもちょっと注目されました」（神戸力餅組合前組合長）（力餅連合会、一九八七・三五―三七）

第二には、「満塁ホームラン」に象徴されているように、こうしたこだわりは、前述した地域密着型という力餅のコンセプトと不可分に結びついていたことである。うどんが

主力商品であり「うどん屋のおやじ」を自称する力餅経営主が多いなかで、同じ大阪のなかでも在日韓国朝鮮人が多く居住する生野区のある店舗の売れ筋は「なんでも知らんけど、ラーメン」であるし、おはぎがよく出る店もあれば、殆ど出ない店もある。こうした状況のなかで、一律の味と原価率を定めて工場での製造に切り替えていくことの困難は想像に難くない。

第三にはより現実的な問題として、生産部門の工場を作った場合、誰がその部門を担当するのか、というものがあつた。組合会員は皆自分の店があり、第一に自分の商売があるのである。また後述するように、記念誌編纂の頃には住込みの番頭を置くシステムが終焉を迎えつつあり、経営主夫婦に若干名のパートというスタイルに移行しつつあつたため、なおさら労働力の余剰はなくなっていた。

大阪力餅組合の「企業化」、すなわち一歩踏み込んだ共同化路線はこうした社会情勢のなかで立ち消えになっていった。

三―三 親睦行事と「ハレの場」の提供

次に、もう一つの組合の目的である「組合員相互の親睦活動についてみていこう」。

調査票自由回答欄には、共同化路線を拓きえなかつた組合について「お友達組合だったように思う」という批判的

なコメントもみられるが、たとえ「お友達組合」であったとしても、組合活動は食堂商売を営む経営主夫婦や番頭の日常生活において、単なる同業者の親睦を越えた意味を有していた。

大阪力餅組合の年中恒例行事としては、通常総会(四月)、従業員慰安旅行(一〇月)、婦人慰労会(十一月)、忘年会(十二月)などがあげられる。なかでも従業員慰安旅行は一九五九(昭和三四)年から行われてきた組合のメインイベントであるが、当時の力餅は店舗数が多く住込みの番頭もいたため、何台もバスを連ねて白浜や熱海などの温泉地を中心に様々な観光地へ繰り出した。この慰安旅行は、地域密着型商売で殆ど休みがなく、減多に遠出をすることがない力餅経営主にとっては、年に一度の貴重な娯楽であった。また独立開業を目指す番頭にとっては、他店の番頭と面識を持ち、組合幹部の親方達に顔を覚えてもらう重要な機会でもあったという。

写真3は資料提供を受けたなかで最も古い一九六二(昭和三八)年の従業員慰安旅行集合写真である。参加者の服装を見ると、男女とも大多数がスーツで着物姿の女性もみられ、慰安旅行が彼らにとって「ハレの場」であった様子がうかがわれる。

組合が提供する「ハレの場」は、経営主や番頭だけでなく、家族従業員である妻にとっても非常に大きな意味を持って



写真3 大阪力餅組合従業員慰安旅行

注：1963（昭和38）年10月23日白浜温泉千畳敷で撮影されたもの。

いた。食堂経営は基本的に夫婦二人三脚での商売である。力餅では独立が決まると店探しと同時に「嫁探し」をはじめ、開業と同時に結婚して商売を始めることが常であった（奥井二〇一八・五六）。初代経営主に配偶者と知り合った経緯を聞くと、「郷里の親戚の紹介」四八・三%、「力餅関係者の紹介」三一・〇%と合わせて約八割を占めており、聞き取りでも姻戚関係は店舗間で複雑に錯綜している。配偶者に飲食商売の経験がない場合は、開業まで同じ系統の他の店舗で一定期間使ってもらって一通りの仕事を覚えさせることが慣例となっており、配偶者は力餅のネットワークに最初から、そして相応に深く埋め込まれている存在であった。しかし、上述した慰安旅行などには経営主の妻も参加しているものの、経営主に比べると店の外に出歩く機会は少なく、夫が組合役員ともなると、定期的な役員会をはじめ新規出店の応援や冠婚葬祭に駆け付けるためあちこち歩き進む機会も増え、その陰で番頭を統括し忙しい店の切り盛りをしなければならなかった。また、かつては力餅の定休日が水曜日で統一されていたため、PTAの役員をしていても親睦旅行などに参加することも減多にできなかったという。

こうした妻たちのいわば「ガス抜き」となる組合行事が一九六二（昭和三七）年から行われてきた年一回の婦人慰労会である。ここでは、組合厚生部の男性役員が「女性好

み」の企画をして経営主の妻たちを「おもてなし」した。当初は若い世代の子連れもみられ、行き先も太秦映画村やサファリパークなど、子供が楽しめる場所に日帰り旅行をしていたようであるが、近年は大阪市内の高級ホテルのディナーなど、「ちよつとおしゃれをして」出かけられるような場所が好まれるようになっていく。バブルの景気の良かった時期は抽選会でテレビを賞品にしたり、漫才師や舞妓さんと呼んだりなど豪華な企画をしていた時期もあるといい、「役員さんはいい世話をしてくれはる」「良いとこばっかり連れて行ってくれはる。奥さん大事にしてくれはる」と現在も妻たちからの評判は頗る高い。

総会や忘年会などもホテルの宴会場などすることが多いが、この「フォーマル感」は組合行事の特色の一つといつてよい。ある経営主の妻は、夫が組合行事に参加することについて、「服が大変や、そんなところ行こうと思ったら（略）普段着いひんのにあゝ、それ（組合行事―筆者注）だけに作らなあかん」と「大変」さを強調していたが、別の経営主は二〇一八年にホテルグランヴィア京都の宴会場で行われた一三〇周年記念懇親会で、同席した筆者に「我々がこんなふうに背広を着て、良いものを食べる機会があるのは、力餅だから」と語った。組合行事の「フォーマル感」は、厨房で長靴を履いて商売に励む力餅関係者の日常に貴重な彩りをもたらしてきたといえよう。



写真4 大阪力餅組合婦人慰労会

注：2003（平成15）年11月12日リーガロイヤルホテル

四 暖簾分けの衰退とネットワークの変容

最後に、暖簾分けの衰退がもたらしたネットワークの変容について触れておこう。

調査票でいつ頃まで番頭がいたかを問うたところ、番頭がいたことがある店舗の過半数（五七・一％）が一九八〇年以前までにいなくなったと回答している。高校進学率がほぼ一〇〇％の時代になると、「労働基準法を守るなんてまず、無理」というのが「常識」の飲食系商売の住込みは敬遠の対象となり、但馬から番頭として出てくる若者を探すことは困難になっていった。なかには、但馬以外の若者を住込みで雇っていた経営主もいるが、「但馬牛のように我慢強い」「くそがつくまじめ」な但馬の若者に比べて、「沖縄の子は電話もせんとふらっと休む」「こころ（大阪）のもん使ったら出前の売り上げを自転車とおかもちごと持って逃げた」など、好ましくないエピソードが組合内で共有されるようになった。そうして従来の住込み従業員制度は廃れ、経営主夫婦のみ、もしくは経営主夫婦と若干名のパートというスタイルが一般化していき、昭和末期以降になると暖簾分けによる独立開業は減多にみられなくなっていた。

暖簾分けの衰退は、力餅のネットワークにも以下のように

な変化をもたらした。

第一に、連合会レベルの変化である。かつては役員クラスの付き合いは組合単位を超えており、役員は他組合の冠婚葬祭にも逐一駆け付けることになっていたが、店を任せる番頭がいなくなると経営主がそう頻繁に出歩いていられなくなる。昭和末期に大阪組合会長を務めたC氏は、一〇〇周年を機に冠婚葬祭の付き合いを原則として各組合内で完結することをルール化したという。

「昔はね、僕ら全部京都も神戸も行っていました。それやでもう、自分とこ商売ほっといて行かなあきまへんやん。…それを僕の時代に変えたんです。というのは、あの、神戸は神戸でしなさい、大阪は大阪でします。京都は京都でしなさいと。それで、特別の、池口さんとこ（本店）とか、今までの会長とか、いう場合は例外としようという、一〇〇年の時に全部切り替えちゃいました。人手がなくなったら如何せん店閉められない。その時分はまだね、従業員がおりたりあれしとったで、皆なんとかやりくりしとったけど、だんだんこれからせがらうなるんで、各支部単位にしよう。行ったらね、もう家放つておいて、帰りに飲みにいったりと、そんなになっちゃおうで。」

こうした変化は、役員クラスの組合をまたいだ関係性の薄まりをもたらすようになった。

もう一つは、系統レベルの変化である。新規開業が途絶え、各系統メンバーの高齢化が進むなかで、近年は後継者不足による廃業も相次ぐようになった。系統の付き合いは個別の系譜関係としては継続しているものの、ここ数年の間で系統の会合はどれも休止状態となっている。前述した廿日会も現在営業中は一二軒にまで減少しており、会長の体調不良のためこの数年間は会合を開いていないという。

おわりに

大阪力餅のネットワークを一店舗経営主の視点からみると、系譜関係に基づく系統、同一地域店舗同士の面的繋がりであるブロック、大阪全体の力餅組合に地域をまたいだ力餅連合会という四層構造になっている。都市移動者である力餅経営主にとって、親方子方、きょうだい弟子などの序列関係を含む縦のつながりである系統は、冠婚葬祭をはじめとする生活全般における家族ぐるみの、第一義的な「拠りどころ」であった。これに対して、組合諸組織は基本的に対等な同業者同士の横のネットワークである。系統と組合はいずれも経営主同士の互助組織であり、同時に但馬出

身という同郷性を色濃く有するネットワークではあるが、系統が内輪のインフォーマルな集団（「ウチ」）であるのに対して、組合は明文化された規約を持つフォーマルな組織（「ソト」）である。大阪力餅組合が志向した共同化路線は、外食産業が多様化して大衆食堂の繁栄に陰りが見え始めた時代に模索された生き残り戦略であった。この戦略は、地域密着型という大衆食堂の持つ特徴ゆえに一旦頓挫することになるが、「ソト」の組合活動は時代を通じて力餅の日常に貴重な「ハレの場」を提供してきた。

北但馬の郷里を離れ大阪の新興地域に根を下ろした力餅経営主の商売と生活は、このように親方子方に基づく系統の「ウチ」と、同業者の組合である「ソト」という質の異なる複層的なネットワークに包摂されるなかで営まれてきたのである。

従来、戦後高度成長期にかけての農村―都市移動者は、サラリーマン化して企業社会に人生を丸抱えされる存在としてイメージされてきた。本稿で紹介した力餅のモノグラフィは、京阪神における大衆食堂の一事例ではあるが、都市新興地域に自営業者として根を下ろしていった労働力型移動者―それゆえ、企業社会の枠外にある―が、商売と生活を丸ごと包摂する複層的な人間関係のネットワークをいかに緻密に構築していたのかを示す貴重な記録である。彼らが根を下ろした地域社会において築き上げたネッ

トワークを含めて俯瞰的に捉えた際、労働力型移動者の生活構造のなかで力餅のような同郷同業を基盤としたネットワークがどのように位置づけられるのか、またネットワーク構築の端緒となる暖簾分けがなくなった現在、現存する力餅が規模を縮小させながら代替わりを進めるなかで、彼らのネットワークが今後どのような質的変容を経験するかについての議論は今後の課題としたい。

謝辞

力餅連合会長の北垣和哉様（当時）、力餅の貴重な写真資料をご提供くださった大阪力餅組合記録係の小林正司様をはじめ、お忙しいなか本調査へのご協力をいただいた力餅組合員の皆様には心よりお礼を申し上げます。

追記

本稿はJSPS科研費16K17245を受けたものである。

註

- (1) 厚生労働省が二〇〇八(平成二〇)年十一月一日に食品衛生法施行令第三五条第一号に規定する飲食店営業のうち一般食堂三九七施設を対象として実施したもの。
- (2) 数値は後述する力餅経営主へのアンケート調査による。
- (3) ただし、聞き取りによれば、住込従業員谁也が独立開業までこぎつけるわけではなく、多くの経営主の感覚としては独立までいく者はおよそ三割程度であったという。
- (4) 北但馬は雪が多いため、お正月シーズンの帰省者は少ない。特に力餅食堂は年越しそばの配達と餅の大売り出しで年末はかき入れ時であり、逆に郷里から親戚が手伝いに出てくるというケースも少なくなかったようである。
- (5) 系統がはっきりしていたのは店舗数の多い大阪であり、京都や神戸では明確に系統として認知されていた有力なグループは少ない。大阪で和歌山系統と拮抗する規模を誇ったのは創業主の弟池口喜一郎の系譜上にあった若木鹿吉率いる森小路組があり、その他千林組、守口系統、老松町系統などが挙げられる。こうした「系統」は派閥的ニュアンスがあったためか、主だった系統以外の経営主からは「昔はちよっと、そういうのもあったけどね」「そう極端なことはないですわ」と若干否定的に語られることが多い。
- (6) ただし、この時期の積立金制度がどの程度機能していたのかについてはよく分かっていない。
- (7) 聞き取りの限り、力餅の本店は個別の暖簾分けについて実質的な与奪権は有していた様子はない。ただし、寺町本店は一九八四(昭和五九)年七月の火事(類焼)以来長らく休業し二〇一八(平成三〇)年に店舗売却されているが、営業していた当時は、番頭の独立開業にあたっては親方が引率して本店に挨拶に行く習わしがあったという。
- (8) 設立当初の出資金は一人一〇・五〇万円と幅があったが、のちに一律五〇万円に設定している。開業する番頭一人に対し上限五〇〇万円まで貸し付けするが、組合は住友銀行に対し、新規開業者が店舗を購入して開店までの改装期間は金利をゼロにする約束をとりつけている。
- (9) 近年は手間のかかるおはぎや大福餅等の甘味販売をやめている店もあり、調査票調査では二三・九%(一一店)が甘味販売をしていないと回答している。
- (10) 慰安旅行の集合写真に比較的ラフな服装やジーンズ姿の若い従業員が見られるようになるのは一九七五(昭和五〇)年以降である。
- (11) 飲食業界は長時間労働が一般化しており、労働環境も「過酷なんでもんじゃないかった」という。一九五八年に独立開業した経営主C氏(一九三〇年代前半生)は、高度成長期前に力餅に住込みで働いていた当時の環境を「八畳の間に(番頭)八人。クーラーも扇風機もない。腹巻だけして、うちわだけ。体中汗疹だらけ。仕事の時も厨房は熱い、夏はまあ暑い。ほんとにたまらんと」と回顧している。
- (12) 「料飲観光新聞」一九九八(平成一〇)年七月二〇日では、一五年の修行を経て独立開業した新店舗の記事が掲載されており、これがおそらく最後あたりの出店だったのではとされている。

文献

- 荒木康代、二〇〇八、『商店『経営』と『家族』生活——一九五〇年代の大阪船場の「住み込み」の事例から——』『関西学院大学社会学部紀要』一〇六号、一九七—二〇八。
- 石村真一、二〇〇四、『元氣のある商店街の形成——千林商店街とその周辺』東方出版
- 奥井亜紗子、二〇一一、『農村—都市移動と家族変動の歴史社会学——近現代日本における「近代家族の大衆化」再考——』晃洋書房
- 、二〇一八、『京阪神地域における大衆食堂経営主の生活史と同郷ネットワーク「力餅食堂」を事例に——』『現代社会研究科論集』第二二号、四五—六五。
- 、二〇一八、『力餅食堂経営主の生活史——平成二九年度力餅経営主アンケート調査結果報告——』平成二八—三〇年度科学研究費補助金（若手研究（B））研究成果報告書『戦後日本における労働力型都市移動と家族変動の実証的研究：親方子方関係に着目して』
- 鬼頭宏、二〇〇〇、『人口から読む日本の歴史』講談社学術文庫
- 厚生労働省、二〇〇九、『飲食店営業（一般食堂）の実態と経営改善の方策』
- 中野卓、一九八一（一九七八）『商家同族団の研究（上）（下）』未来社
- 西山雄郎編著、二〇〇六、『阪神都市圏における都市マイノリティ層の研究——神戸在住「奄美」出身者を中心として——』社会評論社
- 、二〇〇八、『大都市圏の拡大・再編と地域社会の変容』ハーベスト社
- 野沢一馬、二〇〇二、『大衆食堂』創森社

丸山侃堂・今村南史、一九二二『丁稚制度の研究』政教社（『日本〈子どもの歴史〉叢書二二』一九九八年、久山社）

山崎朋子、一九九八、『丸山侃堂・今村南史共著『丁稚制度の研究』／京都市社会課編『京都に於ける女中に関する調査』解説』『日本〈子どもの歴史〉叢書二二』久山社

湯澤規子、二〇一八、『胃袋の近代——食と人々の生活史』名古屋大学出版会

総務省「事業所・企業統計調査」各年

資料

日高町史編集専門委員会編、一九八三、『日高町史下巻』日高町教育委員会

力餅連合会、一九八八、『二〇〇年のあゆみ』一〇〇周年記念事業委員会

、二〇一五、『会員名簿』平成二七年三月現在

料飲観光新聞社、『料飲観光新聞』一九九八年七月二〇日／二〇〇一年四月二〇日