

F2-14

郵便局建築物の外観と街並みに関する地域住民の意識に関する研究

Study about the outward appearance of the post office and local resident's consciousness about streets.

○徳武知里¹, 小木曾裕², 山崎晋²

Chisato TOKUTAKE, Yutaka KOGISO, Shin YAMAZAKI

I considered whether architect should harmonize with neighboring area taking to post office, Zenkoji post office and Omiyakamonomiya post office as an analogy. I did a survey with postmaster and neighborhood.

The main results of this study are as follows:

- 1) Both post offices are owned thing and were built in 15 years ago. Those place were taken up by media and became famous.
- 2) Omiya Kamonomiya post office is not harmonize with neighboring. But residents are feeling charm in a log house.
- 3) 82% of residents think the Zenko-ji post office is harmonizing with neighboring and should preserve as a tourist spot.

1. 研究の背景と目的

郵便局は全国各地に店舗があり、現在（2018年8月末時点）では24008店舗で営業している⁽¹⁾。郵便局でのサービスは郵便物の国内外への発送だけでなく、銀行業務や保険業務、高齢者の見守りサービス等幅広いサービスを取り扱っている⁽²⁾。これらのことから郵便局は人々の生活にとって必要不可欠である。

郵便局のサービス面は全国各地で統一されているが、郵便局の外観は地域によって大きく異なる。その中でも景観賞を受賞している大宮加茂宮郵便局（図1）と善光寺郵便局（図2）を調査対象とした。このような特徴的な外観を持つ郵便局を保持していくことは一般的な郵便局よりも金銭的負担が大きいことは事実である。

そこで本研究では建築物の外観に対する統一感や魅力等の利用者意識と街並みとの調和の必要性を明らかにする事を目的にする。



図1：大宮加茂宮郵便局



図2：善光寺郵便局

2. 研究方法

善光寺郵便局と加茂宮郵便局に焦点を当て、各局長にヒアリング調査を行った。ヒアリング項目は表1の通りである。また、両郵便局の周辺の住宅・商業施設を対象に郵送によるアンケート調査を行った。調査対

象、調査方法、配布数、回答率等は表2の通りである。アンケート調査の主な設問項目は表3の通りである。

表1：ヒアリング項目

調査対象	善光寺郵便局長	大宮加茂宮郵便局長
調査日	2018年7月8日 午前10時30分～	2018年7月26日 午前10時～
ヒアリング項目	<ul style="list-style-type: none"> ・勤務年数 ・利用者の内訳 ・いつから郵便局の存在を知ったか ・この郵便局ならではの利点 ・現在の外観になった経緯 ・この外観の必要性 ・街並みとの統一感について 	

表2：調査概要

調査対象	善光寺郵便局・大宮加茂宮郵便局周辺住民
調査方法	料金後納受取人払いのポストイン
配布期間	2018年8月1日、8月15日
配布数	600枚（善光寺郵便局300、大宮加茂宮郵便局300）
回収期間	2018年8月1日～8月31日
回収数	117（善光寺郵便局74、大宮加茂宮郵便局43）
回収率	19.5%（善光寺郵便局24.6%、大宮加茂宮郵便局14.3%）

表3：アンケート調査項目

1	性別・年齢・住まい・住居年数
2	対象郵便局の利用頻度
3	対象郵便局の外観に対する魅力について
4	郵便局と街並みの統一感について
5	この外観である必要性

1 日大理工・学部・まち 2：日大理工・教員・まち

3. 調査結果

善光寺郵便局は 1776 年創業の「五明館」という名の老舗旅館のフロント部分を改修して、1987 年 11 月 16 日に開局した。利用者の内訳は地元民が 70%、観光客が 30%である。地元民の中でも周辺商業施設の従業員の利用が半数を占める。1988 年度の第 1 回長野市景観賞を受賞し、マスコミから注目を浴びた。善光寺門前に建築されているため、街並みとの統一感は 82.4%の人が統一感があると回答している (図 3)。

大宮加茂宮郵便局は 1994 年 5 月 16 日に開局し、建主である当時の大谷博之局長の趣味を生かして設計されたログハウスの郵便局である⁽³⁾。利用者は地元住民であり、その中でも 50 代・60 代の利用率が高い。また、駐車場が整備されているため、車を利用し遠方から来る利用者も多い。1994 年 9 月 14 日には第 1 回大宮市景観賞を受賞し、新聞やラジオなどメディアによって取り上げられることも多い。しかし、住宅街の中に設立しているという理由から街並みとの統一感については 41.8%の人が統一感はないと回答している (図 4)。

両郵便局の共通点は、周辺住民は郵便局の外観に魅力を感じ、この外観である必要があると回答している人が 98%を超えている点である (図 5,6)。善光寺郵便局の回答理由として「昔からの建物を保存していくべきだ」、「善光寺の街並みと調和しているから」、「観光客に人気のスポットだから」という点が挙げられた。大宮加茂宮郵便局の回答理由としては「街のシンボリック存在であるから」、「ログハウスの温かみを感じることができるから」という点が挙げられる一方で「郵便局であることが分かりづらい」、「街並みに不調和である」、「必要な用事が済ませることができれば外観はどうでも良い」という反対意見も見受けられた。

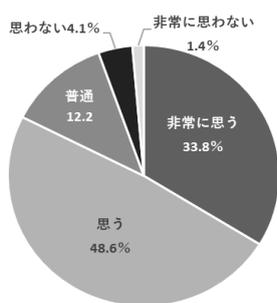


図 3 街並みとの統一感 (善光寺郵便局)

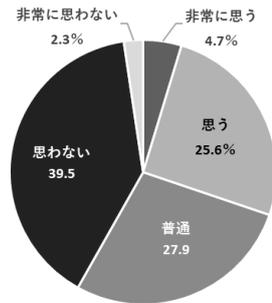


図 4 街並みとの統一感 (大宮加茂宮郵便局)

4. まとめ・今後の課題

1) 善光寺郵便局も大宮加茂宮郵便局も私有物であり、

約 15 年前に開局された。現在では郵政民営化の影響もあり、両郵便局のような外観の郵便局が新たに建てられることはない。また、両郵便局もメディアに取り上げられたり、景観賞を受賞した。

2) 大宮加茂宮郵便局に関して、住民は街並みとの統一感が無いと感じている人が約 42%いるものの、ログハウスの建物であることに魅力を感じ、この外観である必要があると感じていることが明らかになった。

3) 善光寺郵便局に関して、街並みとの統一感があると感じる人が約 82%で観光地として誇りを持ち、この外観である必要があると感じていることが明らかになった。

本研究から郵便局に限らず街並みと調和することは大切だが、それよりも住民が誇りに思い、魅力を感じるような建物を建てるのが住民にとって重要であるということが明らかになった。

そして既存の歴史ある建物を保存していくには金銭面で大きな負担がかかる。そのため、その負担を少しでも減らすためにどのような取り組みができるかを考え提案していくことを今後の課題としたい。

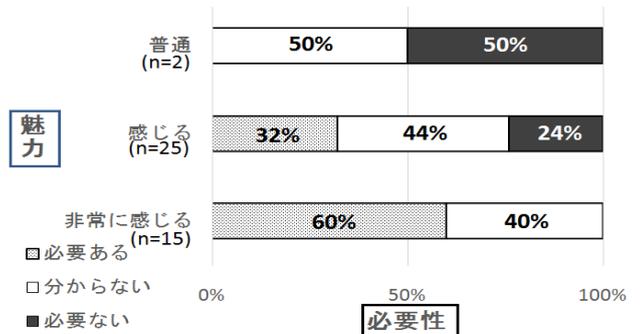


図 5 魅力と必要性の関係 (大宮加茂宮郵便局)

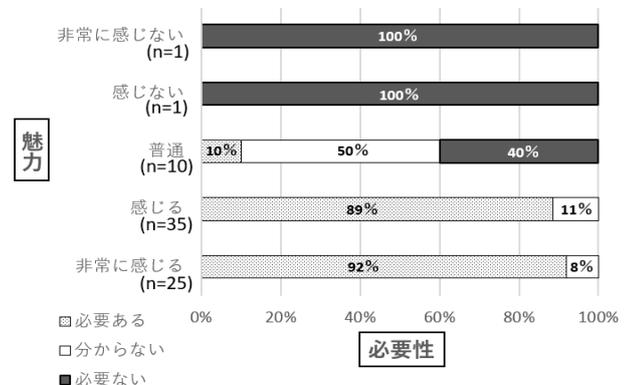


図 6 魅力と必要性の関係 (善光寺郵便局)

5. 参考文献

- (1) <https://www.post.japanpost.jp/notification/storeinformation/pdf/transition.pdf>
- (2) <https://www.post.japanpost.jp/service/index.html>
- (3) 埼玉新聞 (1994 年 9 月 7 日刊行)