

F2-51

歴史的景観の保全・形成に資する老舗商店の外観デザインに関する研究
 - 神奈川県小田原市景観計画重点区域を事例として -

A Study on Façade Design of Shops That Have Been Around a Long Time
 to Contribute Conservation and Formation of Historical Landscapes

- The Case of the Priority Area in Landscape Planning of Odawara City, Kanagawa Prefecture -

○前野凱¹, 阿部貴弘²

*Kai Maeno¹, Takahiro Abe²

Abstract: Odawara in Kanagawa is a one of the advanced city of historical urban planning and landscape planning. The historical values including castle town and local industries are important for proceeding these planning. This paper investigates the façade design of shops that have been around a long time in landscape planning priority areas of this city.

1. はじめに

神奈川県小田原市は、全国に先駆け平成17年に景観計画を策定し、さらに県内で初めて平成23年に歴史的風致維持向上計画の認定を受け、先進的に景観計画や歴史まちづくりに取り組んでいる。また、城下町及び宿場町としての歴史をもつ小田原市には、いわゆる老舗が集積し、そうした老舗店舗が形成する街並みは、地域住民はもとより多くの観光客をひきつける地域の魅力要素となっている。歴史まちづくりにおいては、いわば伝統産業としての老舗の営みとともに、そうした老舗店舗が形成する街並みを一体として歴史的風致ととらえ、それを維持向上していくことが重要である。

そこで本研究は、歴史的風致の維持向上に資する知見を得ることを念頭に、歴史まちづくりの先進都市である小田原市を対象に、老舗店舗の外観デザインの特徴を把握・分類するとともに、そうしたデザインに至った背景及び経緯を明らかにすることを目的とする。このうち、本稿では、外観デザインの分類結果について報告する。

なお、既存研究には、老舗店舗の外観のイメージの評価について明らかにした研究^[1]や、老舗を含む小田原市の商店街再生に言及した研究^[2]が見られるが、老舗商店の外観デザインについて、デザイン上の特徴や形成過程に係る研究成果は十分に蓄積されているとは言い難い。

2. 研究方法

(1) 研究対象地域及対象店舗

本研究では、神奈川県小田原市景観計画重点区域を対象とし、対象区域と比較することを念頭に、区域外の店舗についても調査を実施した。

対象店舗は、「創業・設立から100年を経過した企業」(帝国データバンク編「百年続く企業の条件」, 朝日新聞出版, 2009), 小田原市発行パンフレット^{[3][4]}に老舗として掲載されている店舗を「老舗」と定義し、対象店舗を抽出した (Figure 1, Table 1).

(2) 店舗外観の把握

対象とする老舗店舗33店舗34件の外観をGoogle street view^[5], 店舗のホームページ等より把握した。対象店舗は、食品を扱う店舗が29件、小田原市の地場産業を扱う店舗が16店舗確認することができた。

(3) 外観デザインの類型化

把握した店舗外観より、市の景観計画^{[6][7][8]}等を参考にし類型化を行った。



Figure 1. Study Subjects ^[9]

Table 1. List of Shops in Odawara

No	業種	創業(年)	重点区域	No	業種	創業(年)	重点区域
1	和菓子	1368	●	18	鯉節	1893	
2	そば	1920	●	19	茶	1661	
3	漬物	1871	●	20	日本料理	1893	
4	干物	1920	●	21	漆器	1887	
5	干物	1863	●	22	漬物	1922	
6	蒲鉾	1865	●	23	陶器	1887	
7	蒲鉾	1814	●	24	干物	1912	
8	そば	1831	●	25	呉服	1875	
9	薬	1633	●	26	蒲鉾	1781	
10	そば	1879	●	27	蒲鉾	1912	
11	蒲鉾	1892	●	28-1	蒲鉾	1878	
12	漬物	1871	●	28-2	蒲鉾	1878	
13	洋食	1962	●	29	蒲鉾	1830	
14	蒲鉾	1936	●	30	割烹	1960	
15	最中	1950	●	31	鮮魚	1911	
16	干物	1910		32	そば	1960	●
17	うなぎ	1862		33	蒲鉾	1904	

※●: 該当箇所 / ○: 地場産業

1: 日大理工・学部・まち 2: 日大理工・教員・まち

3. 結果及び考察

類型化の結果と各特徴を下記に示す (Table 2).

老舗店舗類型の内、伝統的商店建築型は9件 (26%) 確認した。この型の件数の内、約半数が重点区域内に立地している。また、半数以上の店舗が国道1号終焉エリアに立地している。

ファサード配慮型は11件 (32%) 確認した。この型は類型の内でも多く、伝統的商店建築型と同様に半数以上の店舗が国道一号周辺エリアに立地している。

入口デザイン型は3件 (9%) 確認した。立地に関して傾向が見受けられない。

デザイン要素活用型は3件 (9%) 確認した。特徴として、現代的な建築物の店舗に多い。

屋号・店名強調型は7件 (21%) 確認することができた。老舗店舗として店名を強調している。

伝統的な商店建築様式への配慮を行っている店舗は、小田原市本町・南町地区に集積しており、景観計画においても、この地区の外観について、他の地区よりも多くの方針を設けている。本町・南町地区に定め

られていない周辺店舗においても、デザインの工夫が見受けられ、計画に則ったデザインを実施していると考えられる。

今後は、調査結果の要因を把握するため、不動産登記簿より、対象店舗の土地・建物の権利の把握、施設に複数の用途が存在する場合はその用途の把握を進める。加えて、現在の外観デザインに至る過程を明らかにするため、歴史的風致の拠点となる施設の整備や修理に関する事業との関連、行政との関わり、施主と施工者の関わりや専門家との関わりについてヒアリング調査等を実施し、分析をより精緻なものとする必要がある。

4. 参考文献

- [1] 尹孝鎮, 三村浩史, リムボン: 「京都市中心部の老舗こみる伝統的町家様式のイメージ及び呼び掛けに関する研究」, 都市計画論文集, 26巻, pp643-648, 1992
- [2] 平井太郎, 田口太郎, 池田聖子, 初田香成: 「住まいと商いの重層的複合から探る近隣商店街再生の方途—神奈川県小田原市の商店街における人と町と社会の履歴から—」, 住宅総合研究振興研究論文集, 32巻, pp93-104, 2006.
- [3] 小田原市: 「小田原城跡各地名所マップ〜小田原のまぼこ通り編〜」, vol.2018-ver2
- [4] 小田原市: 「小田原なりわい交流館 街かど博物館ガイドマップ」, 2019
- [5] 国土地理院地図
- [6] 小田原市: 「小田原市 景観計画」, 2009
- [7] 小田原市: 「小田原市 色彩景観のてびき」, 2009
- [8] 小田原市: 「小田原市歴史的維持向上計画」, 2011
- [9] <https://www.google.co.jp>

Table 2. The Model Name and Diagram of Shops

類型化		対象店舗	件数		特徴
型名	店舗写真		区域内	全体	
伝統的 商店建築型		1, 2, 7, 8, 9, 18, 19, 20, 24	5件	9件 /34件	小田原市の伝統的な商店建築様式を踏襲して 建築されている店舗
ファサード 配慮型		4, 10, 12, 15, 17, 22, 26, 28, 30, 31, 33	4件	11件 /34件	伝統的な商店建築ではないが、ファサード全面 に伝統的な商店建築様式への配慮が見られる 店舗
入口デザイン 型		6, 14, 27	2件	3件 /34件	店舗の入り口部分のみ伝統的な商店建築様式 への配慮が見られる店舗
デザイン要素 活用型		21, 23, 32	1件	3件 /34件	伝統的な商店建築様式のデザイン要素を部分的 に活用している店舗
屋号・店名 強調型		3, 5, 11, 16, 23, 25, 29	3件	7件 /34件	屋外広告物で屋号や店名のみ強調している店 舗
無配慮型		13	1件	1件 /34件	上記の配慮のない店舗