

川越伝統的建造物群保存地区における外部資本店舗参入と空間・社会の変容

建築史・建築論研究室 田中 将翔

0-1 研究背景

1975年に文化財保護法を改定することで「伝統的建造物群保存地区（以下、伝建地区）」が創設され、各地で歴史的な町並みの保全が図られている。地区ごとに定められる保存活用計画によって、伝統的建造物群の特性を有している建築物や工作物は伝統的建造物に特定され、外観の変化をとまなう現状変更に対して規制が設けられる。また、文化財として内部の保護が望まれる建造物は、国指定の重要文化財、都道府県や市町村指定の有形文化財として保護を図っていくことが望まれる。それ以外の非伝統的建造物に対しても、多くの地区では現状変更行為に対して、町並みを保全していく上での最低限の規制を設けている。このように伝建地区の建物には、指定文化財として厳しい制限がかかっている建物と制限が比較的緩い建物がある。その他に、表通りの建物と裏通りの建物、自営店と貸店舗のように属性の異なる建物が共存し、そうした一定の複雑さのなかで町並みの保全が図られている。

伝建制度による町並み保全が図られる中、京都や金沢、川越のように歴史的な町並みの保全状態が良く、都市部からアクセスしやすい地区では著しい観光地化が進み、連日多くの観光客で賑わっている。観光地化にともない店舗賃料が上昇し、テナントが増加することで観光客向けの店舗へと入れ替わる。観光客向けの店舗の中には、その地域外に拠点を持つ「外部資本店舗」^(注1)が多く存在し、町に賑わいを与え、商店街の維持を助けている。一方で、テナントの増加は店舗の建替えや外観の変更を引き起こし、外部資本店舗の参入は似た店舗を複数の地域に増加させる。外部資本店舗が、出店した地域のオーセンシティを軽視した和風デザインの店舗外観にすることで町並みを混乱させている。それに加え、面路部から店、住居、庭と順に続く建物配列や敷地形状のような都市組織レベル、建物の外観や内部構成のような建物レベル、建物に付属する看板のデザインや大きさのような建物付属物レベル、のさまざまなレベルでの変容を引き起こす可能性がある。

0-2 既往研究と本研究の視座

伝建制度に関する既往研究は蓄積があり、その中でも伝建制度によって行われている保存の実態や、現状変更行為に着目した修理修景基準の運用に関する研究が多く見られる。その他に、伝建地区の範囲の決定基準や、伝建地区とその周囲に制定される景観条例との関係性など、制度的な部分に関する研究も多く見られる。一方で、伝建制度を用いて町並みを保全することによって生じる観光地化について着目した論文は少ない。

建築学の立場から観光地化に着目した研究としては、金弘^(注2)が観光地化や商業化が進む伝建地区を対象に、建物の用途変更と土地・建物の所有権移転の関係から店舗増加のプロセスを明らかにしている。また、坂本匡平^(注3)は観光地化が進む伝建地区を対象に、建築物の用途変化と立面構成の変容履歴を整理し、修景が主要な通りからその周辺へと広がったことを明らかにした。それに加え、店

舗の経営主体と住民の有無についても調べている。一方でそれら主要素の関連性への踏み込みが希薄である。

観光学の分野では、賀佳恵^(注4)らが伝建地区に集中的に出店している外部資本店舗の実態を把握した。その上で、伝建地区の中でも観光地化の著しい川越を対象に、住宅地図と聞き取り調査を用いて、外部資本店舗の参入状況、地元商業組織と外部資本店舗の関わり方についてそれぞれ明らかにした。

以上の研究をふまえると、観光地化によって住居が店舗に変わる現象を土地・建物所有や立面構成の変容を観察することで捉える着眼点が示された。一方で、建物についての言及がない、もしくは立面構成の変化のような調査結果と観光地化の関係について十分な言及がない点には不満が残る。また、近年増加しつつある外部資本店舗の参入に着目した研究は、観光学の分野では見られるが、土地や建物を視野に入れた建築学の研究は見受けられない。そこで本研究は、観光分野で注目されている外部資本店舗の参入に着目し、建築分野の研究で有効性が示されている土地・建物所有や立面構成などの着眼点を参考に、どのような属性の建物で外部資本店舗参入が進み、外部資本店舗によってどのように町が変容したか明らかにする。

0-3 研究対象

本研究では蔵造りの町並みによって伝建地区に選定された川越を対象とする。都心部から電車で約1時間で行ける立地と蔵造りの町並みにより、近年観光客が大幅に増加している川越は、冷凍保存的意味合いが強い地区とは異なり、商家町の中でも更新の需要や頻度の高い地区である。そのため、外部資本店舗の参入とそれにとまなう町並みや社会の変容が顕著に起きている。また、川越の町並み保全を中心的に取り組んでいる「川越蔵の会」が、発足当時のスローガンを「商売がうまくいくことこそが町並みの持続的な保存につながる」とし、観光地化や町並みの保全のみを優先するのではなく、商業を活性化させることで蔵造りの町並みの保全を目指している点も踏まえておくべきだろう。

0-4 研究目的

本研究の目的は、観光地化の進む川越伝建地区を対象として以下の3点を明らかにすることである。

- ①観光地化にとまなう外部資本店舗の参入状況
- ②外部資本店舗参入と建物の属性との相関
- ③外部資本店舗参入による町の変容

0-5 本論文の構成と研究方法

1章では、伝建地区創設の流れや特徴、町並み保全における外部資本店舗参入に対する考え方について整理する。2章では、川越の町や建物の特徴、町並み保全の流れについて概観する。3章では、川越伝建地区の一番街商店街を対象として、観光地化が進んだ流れを押さえた上で店舗変遷を調べ、外部資本店舗の参入状況について明らかにする。『統計かわごえ』^(注5)と川越市所有の資料から入込観光客数の推移を整理し、住宅地図から店舗変遷を調べて図示する。4

章では、保全対象の建物や土地所有・居住状況のようなそれぞれの建物の状況について調査し、外部資本店舗の参入がどのような属性の建物と相関しているか明らかにする。川越市の資料から伝統的建造物等について、聞き取り調査から土地所有と居住状況について調べ、両者と外部資本店舗参入の関係について考察する。5章では、外部資本店舗の参入による町の変容について明らかにする。建物の新築・改修の年代を整理し、2章で抑えた川越の町や建物の特徴から、外部資本店舗の参入によって都市組織や建物、建物付属物のそれぞれのレベルでの変容を示す。

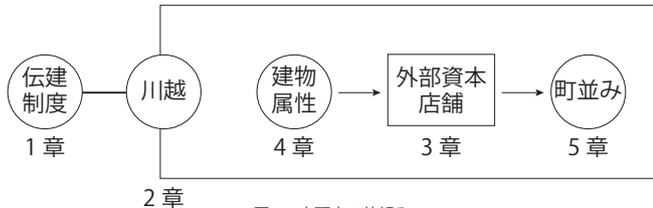


図1 本研究の枠組み

第2章 川越の町・建物の特徴と町並み保全

第2章では川越における保存活用計画の内容や、都市組織・建物の特徴、外部資本店舗参入に対する川越の考えについて概観する。

2-2 町並み保全

1987年に住民組織である「町並み委員会」が発足し、商業を活性化させることで町並みの保全を図ることを目標に掲げ、住民主体のまちづくりが目指された。「町並み委員会」は1988年に『町づくり規範^(注7)』を完成させる。この本は、町について40項目、建築について27項目に分け、具体的にまちづくりの原則を提案している。最初のページに「タイトル」や「課題」、「結論」が簡潔に書かれ、次のページから詳しい情報が載せられている。「町並み委員会」は『町づくり規範』をもとに、現状変更の計画に対する協議などをする定例会を1ヵ月に1回開き、景観にそぐわない場合には計画の変更を打診する。

2-3 保存活用計画

伝建地区内で現状変更を行う場合には、市に申請して現状変更行為許可を受ける必要がある。対象となる行為は、建築物や工作物の新築、改修に加え、外構や塀、看板、暖簾のような町並みに影響があるものの変更であり、外観の変更をともしない内部のみの改修は対象とならない。また、市に現状変更行為の申請をする前に、計画に関する事前協議を市と町並み委員会の二者とする必要がある。町並み委員会では重伝建地区選定後も選定前と同様に、『町づくり規範』をもとに景観にそぐわない計画の変更を要望している。

2-4 川越の都市組織と建物の特徴

ここからは川越の特徴を都市組織、建物、建物付属物の3つに分けて整理していく。

都市組織

都市組織に関しては、建物配列と敷地形状、職住関係の3つに分けて整理する。建物配列は面路部から店舗、住居、中庭がそれぞれ4間ずつ続くのが一般的である。南北の間口が狭く、東西の奥行きが深い敷地であるため店舗棟は間口いっぱい建てられ、隣地の日照を遮らないように高さが抑えられた住居棟は北側に寄せて建てられ、敷地奥の日照や通風を確保している。また、間口が狭いために、単独で中庭や空地を設けてもその効果は薄い。そのため、中庭や空

地の位置が隣家とある程度合わせられている^(注8)。そのような町家の連担した配列について『川越の町並とデザインコード』で、伝統的な建物配列や大きさを無視した建て替えが一つの敷地で起こることが近隣一体に不利益をもたらし、次々に建替えや取壊しが波及していく可能性があることが示された。

敷地形状に関しては『町づくり規範』の中で主に間口について、「22. 鰻の寝床に町家」や「41. 建物は一体でなく棟に分けて」の項目で触れられ、「敷地を併合したり、共同化していたずらに間口の大きな建物を建てることは避け^(注10)」、間口の広さを維持することが望まれている。

職住関係に関しても『町づくり規範』の中で、「24. 職住一体」と「38. 併用住宅としての町家」の項目で触れられ、「店の主がそこに住む、住んでいる人がそこで商いをする、という関係を今後ともできるかぎり維持していこう^(注11)」と書かれており、職住一体が望まれている。一方で、店舗や住居に必要な面積は大きくなっており、1階を店舗、2階を住居とする立体的なゾーニングをしていくことの必要性についても書かれている。

建物

川越の蔵造り町家の特徴として、形態については2階壁面の位置が合っていること、素材については倉敷の白漆喰の蔵とは異なり、黒漆喰の蔵であること、開口部については土や金属でできた観音開扉であることなどがあげられる。しかし、予算や時代、防火に対する考え方によって、川越の蔵造り町家の中にも違いは生じてくる。「平岩矢萩両家住宅(主屋)」は、建物側面が土壁で覆われ、正面は木が剥き出しになっている蔵造り町家(塗家)である。「小谷野家住宅(店蔵)」は蔵造り町家であるが、観音開扉ではなく、横長のガラス窓がはめられている。そして、その正面の大きい開口を火から守るために、両側に袖壁が設けられている。「津久井家住宅(主屋)」は、北側の壁面のみを土壁にし、袖壁を設けることで、冬の北西から吹く風による延焼を抑えようとしている(図2)。

これら3つの建物は、川越市ですべて蔵造り町家に分類されており、ある一定の統一感を持っている。その一方で、土で覆われている部分や開口部の計画など、細かい部分では差異があり、多様な蔵造り町家が建てられているのが川越の特徴である。



図2 津久井家住宅の土壁(右が土壁)

建物付属物

建物付属物については看板に着目し、『創作看板^(注12)』と『町づくり規範』から特徴や規制の内容について整理する。天然素材を使うことが推奨され、ネオンサインや既定の大きさ以上の看板、2階の軒より上の設置は規制されている。また、看板の数については一つの建物につき、屋号看板と商品看板でそれぞれ一つまでと制限されている。規制されている看板については、屋根看板、屋形看板、袖看板、献灯看板、壁面看板、暖簾、ショーウィンドーの7つの伝統的な看板となっている。このように一部規制されているが、デザインに関しては伝統を踏まえた上で各店舗の特徴に合わせた個性的な看板にすることが目指されている。それ以外の置き看板などについては、川越の町並にあった意匠であることや営業時間外は店内にしま



図4 一番街商店街の店舗変遷（一部抜粋）

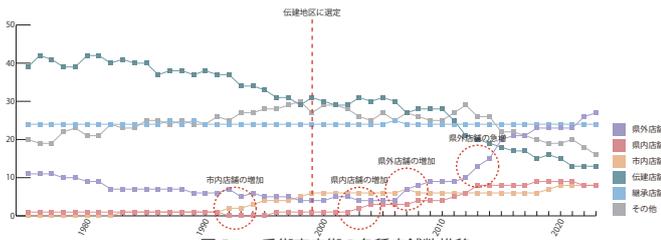


図5 一番街商店街の各種店舗数推移

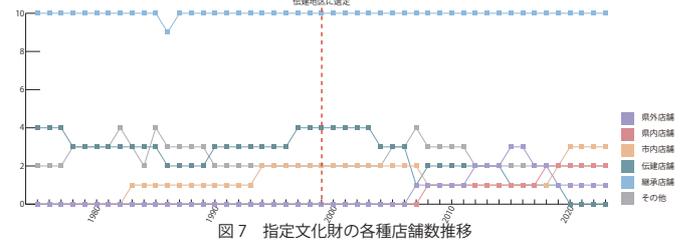


図7 指定文化財の各種店舗数推移

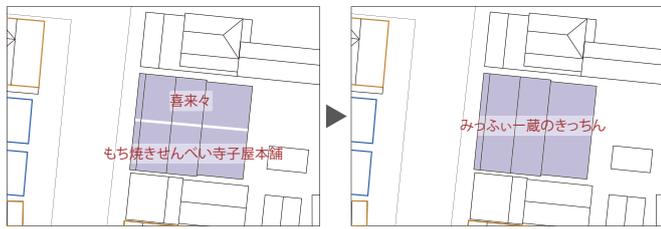
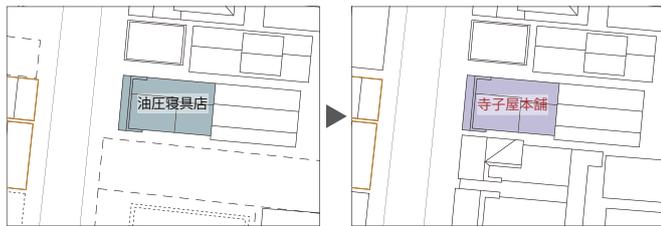


図6 寺子屋本舗による出店方法（赤字が株式会社寺子屋）

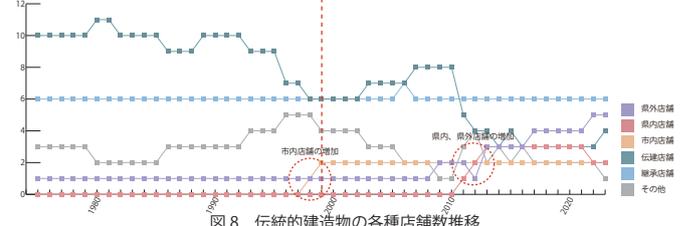


図8 伝統的建造物の各種店舗数推移

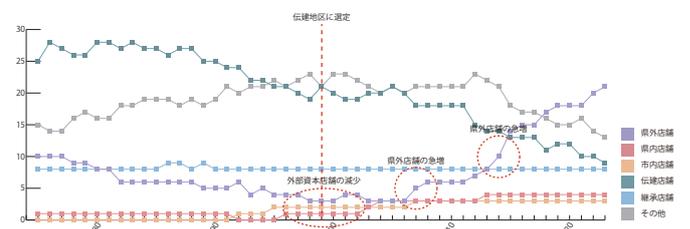


図9 非伝統的建造物の各種店舗数推移

建地区に本店を置く店舗（以下、伝建店舗）、「1975年から一番街商店街で経営している店舗（以下、継承店舗）」、「その他」の6つに分け、外部資本店舗の参入状況をより細かく観察する（図4）。

外部資本店舗の増加が現れるのは、先述した大河ドラマによる入込観光客数の増加から少し遅れる。1992年に市内店舗が徐々に増加し、2003年から県内店舗が増加した（図5）。2007年からは県外店舗が増え始め、2013年辺りで急激にその数を増やしている。また、近年は市内店舗と県内店舗の数はそこまで増えず、県外店舗のみが増加している。県外店舗の増加には、京都や鎌倉、倉敷のような歴史的な町並みの観光地を主な対象として、全国各地に出店している企業の出店が大きな契機となっている。

その一つが、2004年に出店した「寺子屋本舗」である。「寺子屋本舗」は株式会社寺子屋が経営しており、自社ブランドの店舗や直営店を複数展開することで、全国に143店舗展開している^{注24)}。同社はこれまで川越一番街商店街に計13店舗を出店し、現在は6店舗が出店している。出店の仕方は、新たにテナントを借りて店舗を展開する、既に出店している店舗を自社内の他店舗と入れ替える、の

2種類の方法で店舗数を増やしている（図6）。全国に多くの店舗を持つノウハウを活かし、周辺の店舗や売れ行きから最適な店舗に入れ替え、その数を増やしていることが分かる。同様に自社内に複数のブランド店舗を展開している企業や、観光地を主な対象としている企業の出店が他にもみられる。

第4章 建物の属性と外部資本店舗参入

第4章ではどの建物が指定文化財や伝統的建造物、非伝統的建造物か特定し、土地所有・居住状況を調査することで、どのような属性の建物で外部資本店舗の参入が進んでいるのか明らかにする。

4-1 文化財としての種別と外部資本店舗参入

まず図3で示した店舗変遷を分類Bとして指定文化財、伝統的建造物、非伝統的建造物に分けて捉えることで、文化財としての種別と外部資本店舗参入の関係について考察する。

内部の変更も規制の対象となる指定文化財では、継承店舗が多く存在し、外部資本店舗の参入は比較的進んでいない（図7）。また、外部資本店舗であっても市内店舗が多い。続いて、外観が規制の主な対象となる伝統的建造物では、伝建地区に選定される前の年に、

市内店舗が増加し、その後の2010年代に県外店舗と県内店舗が増加している(図8)。最後に、比較的規制の緩い非伝統的建造物では、1975年から県外店舗が多く存在し、伝建地区選定年前後で外部資本店舗は減少するが、2007年と2014年辺りで県外店舗が急激に増加している(図9)。伝建地区選定前後に外部資本店舗が減少した要因として、観光地化が進む中で店舗構成が観光客向けに変化したことや、『町づくり規範』と伝建地区選定による建物の外観の規制強化があげられる。

4-2 土地所有・居住状況と外部資本店舗参入

一番街商店街で店舗として用いられている建物の土地所有と居住状況について、「川越蔵の会」と「川越町並み委員会」の会長への聞き取り調査から把握し、土地所有・居住状況と外部資本店舗参入の関係について考察する。

聞き取り調査から分類Cとして店舗を分けると、職住一体の店舗が31%、住んでいないが土地所有者が経営している店舗が4%、住民が裏に住んでいる店舗棟を借りている店舗が23%、住民が住んでいない店舗棟を借りている店舗が42%であった(表1)。坂本匡平^{注25)}らは2015年に同様の聞き取り調査を行っており、「商店主が営み住んでいる店舗の割合は42%(28/67)、営み住んでいない7%(5/67)、外部の業者に貸し住んでいる22%(15/67)、外部の業者に貸し住んでもいない28%(19/67)」という結果であった(表2)。この2015年の結果と比較すると、住民が住んでおらずテナントとして貸し出している店舗が2023年までに大幅に増加し、その他の3種類については微かな増減がみられた。

続いて、聞き取り調査から分類した店舗におけるそれぞれの外部資本店舗の割合について整理する(図10)。職住一体の店舗については継承店舗が多く、残りも伝建店舗なのに対して、その他の3つの分類では県外店舗が半数近くを占める結果となった。今後もテナント化や土地の売却が進むことで、県外店舗を中心とした外部資本店舗のより一層の増加が予想される。

第5章 外部資本店舗参入による川越の変容

第5章では外部資本店舗の参入によって、町がどのように変容しているのか明らかにする。

5-1 新築・増築と改修による変容

一番街商店街の町並みがどの年代に、どのように変容したのか理解するために『町づくり規範』と『川越市文化財保護年報』^{注26)}から川越一番街商店街の面路部の建物に関して、新築・増築と改修がされた年代と建物をそれぞれ特定する。新築・増築が伝建地区選定以前に11回、伝建地区選定後に18回の計29回されている。また、外観の変更をとまなう改修が伝建地区選定以

表1 2023年の土地所有・居住状況
(筆者作成)

店舗	住居	住んでいる	住んでいない
営んでいる	25店舗(31%)	3店舗(4%)	
営んでいない	18店舗(23%)	33店舗(42%)	

表2 2015年の土地所有・居住状況
(注6より作成)

店舗	住居	住んでいる	住んでいない
営んでいる	28件(42%)	5件(7%)	
営んでいない	15件(22%)	19件(28%)	

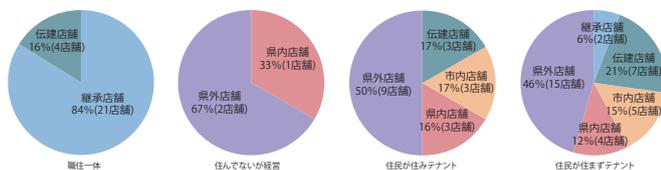


図10 土地所有・居住状況ごとの各種店舗割合

前に3回、伝建地区選定後に11回の計14回されている。その他、蔵造り町家の看板の取り外しなどが行われているが、伝建地区選定以前にされているものが多く、その記録を網羅的に把握することができなかつたため、今回は数える対象としていない。

上述の通り、新築・増築と改修によって外観が大きく変更されたのは計43回であり、そのうちの約75%にあたる32回が店舗の入替えやテナント化に際して生じている。つまり、観光地化が進み、店舗の入替えやテナント化が進むことで、建物は建替えられて町並みは変容していく。現在、一番街商店街には84軒の建物が建っており、市指定文化財が15軒、伝統的建造物が19軒、非伝統的建造物が50軒ある。非伝統的建造物のうち、新築や改修を行ったものは36軒あり、通りの半数近い建物が新築・増築や改修されることで、現在の川越の町並みはできあがっている。

また、景観事業による看板の取換えが伝建地区選定後に13回されている。『町並み委員会30周年』^{注27)}によると月1回の定例会の議題に看板が登場した件数は、1987-1996年で6件(8%)、1997-2006年で32件(23%)、2007-2016年で79件(33%)となっており、年々その数を増やしている。店舗の入替えやテナント化が進むことで新築・増築や改修が進むだけでなく、ファサードの大きな割合を占める看板の変更もされ、町並みを変容していることが分かる。

5-2 都市組織の変容

ここから都市組織、建物、建物付属物に分け、外部資本店舗参入による変容を観察する。都市組織については2章で建物配列、敷地形状、職住関係に分けて特徴を整理したが、建物配列や敷地形状の情報を集めることができなかつたため、ここでは主に職住関係の変化に着目する。すると複合店舗や裏のテナント化、土地の売却による居住部分の消失が見受けられる。

複合店舗は空き地や空き家だった場所に新しく5軒建てられた。「小江戸横丁」のような細長い敷地の場合、敷地の奥へと繋がる小



図11 複合店舗(上から小江戸横丁、kashichi、どんぐり共和国)

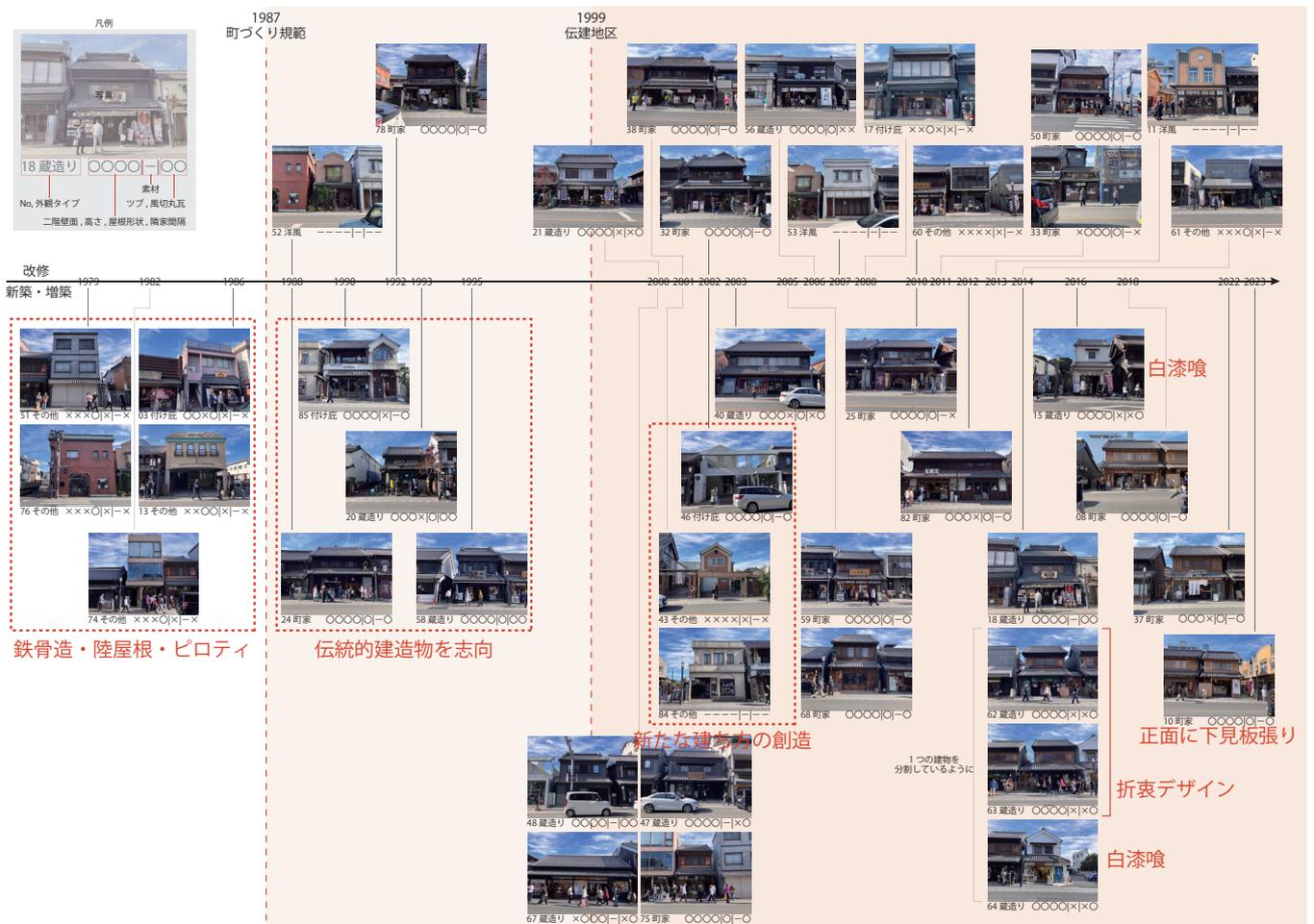


図12 一番街商店街の店舗変遷（一部抜粋）

路が建物の横に通され、多くの店舗が区画されている(図11)。逆に、「kashichi」と「川越プリン」のように間口は2軒分ほどあるが奥行きが浅いタイプの敷地では、建物の間口を半分分割し、それぞれを店舗に貸し出している。また、現在「どんぐり共和国」と「いふがお」、「杉養蜂園」が入っている建物は、異なる土地を合わせて敷地とし、3軒に見えるようにヴォリュームを分割した複合店舗が建てられた。2階にも異なる店舗が入り、裏の駐車場だった場所には貸倉庫が建てられ、人力車や店外の看板などが仕舞われている。

裏のテナント化は、住居部分が貸し出されることで表と裏にそれぞれ異なる店舗が入る。「甘味茶房かすが」は元々裏に住民が住み、表の店舗部分のみが貸し出されていた。その後、裏の住居部分も貸し出されるようになり、面路部の小さな入り口から奥に入り、奥と2階が現在「chinois 蓮歩」として営業している。

土地の売却は現在までに3軒で起きている。「倭物やカヤ」は元々住宅だった土地を買い取り、新しく蔵造り風の建物を建てた。それに対して、「うなぎ傳米」は伝統的建造物がある土地を買い、その建物の内装を変更することで店舗を営んでいる。

以上の3種類の変化が進み、これにともなって伝建地区の住民が減少している。実際に伝建地区内の幸町では、1989年の158世帯から、2019年の126世帯へと減少した。^{注28)} 店舗が増えることで観光地としての賑わいは生まれる。時代の流れからしても居住者のいない店舗が増加することは避けられないことである。しかし、伝建地区内で育まれている生活を含めた景観は失われ、ただただ歴史的な

町並みとして蔵造りの建物群がそこに残る。川越の伝建地区で町づくりの中心を担っているのは住民であり、住民の減少は町並み保全において重要な問題となる。また、複合店舗や土地の売却による建替えは、配列や間口にも影響を及ぼし、隣地の建物への影響が懸念される。

5-3 建物の変容

建築レベルの変化は、建物の形態や素材のような外観と内部構成に分けて観察していく。今回、外観については新築・増築による変化に絞り、1987年の『町づくり規範』完成以前、1987-1999年の『町づくり規範』完成後から伝建地区選定まで、1999年からの伝建地区選定後の3つの時代区分に分け、建物の変化を追っていく。

外観のうち、形態の面では川越の町並み保全で重視されている二階壁面の位置や高さ、屋根形状、隣家間隔の4項目に着目する。すると『町づくり規範』完成以前、以後で形態は大きく変化する。『町づくり規範』完成以前は、鉄骨造で陸屋根の建物が多く建てられた(図12)。一方で『町づくり規範』完成後は、川越の伝統的な町家と同じような庇、二階壁面、屋根勾配の建物が多く建てられ、町家の形態が連続した町並みが蘇りつつある。また、隣家間隔に関しては、細長い敷地における奥の建物へのアクセスの仕方で変わってくる。『町づくり規範』完成以前はピロティにすることで、奥まで続く半屋外のアプローチを設けている。それに対して、『町づくり規範』完成後は隣家間隔を広めに開け、屋外のアプローチ空間を設けることで人々を奥へ引き込んでいる。

素材に関しては、『町づくり規範』完成以前はレンガ調のタイルやグレーのモルタルを用いることで、漠然と歴史的な町並みをとらえ、川越の特徴を軽視した建物が建てられている。続く『町づくり規範』完成後から伝建地区選定までの間は、RC造の建物が一軒建てられたことを除くと、黒漆喰や観音開扉、肥大化した影盛で構成された土蔵が建てられ、伝統的建造物に近い建物となっている。最後に、伝建地区選定後の建物は選定直後と近年で異なる。選定直後については2002年に建てられた建物に注目する。コンクリートの躯体にガラスの勾配屋根がかけられた建物となっており、その計画に関する「町並み委員会」の協議は2年続いたが、『町づくり規範』や保存活用計画に素材に関する記述があまりなく、その他の項目は満たしていることから建設が認められた。以上のように、伝建地区選定直後は、「歴史的風致を損なわないもの」と定められた許可基準によって、最低限町並みは保全しつつ、現代に適した新しい建物を建てる可能性が探られていた。近年は、おおむね適切な素材の選択がされているが、一部で川越の伝統的建造物と異なる選択がされている。蔵造り町家をベースにした建物の2階壁面に、真壁造り町家の二階壁面の特徴である戸袋と格子が設けられている建物や、建物側面によく用いられる下見板張りを正面で使用している建物が見受けられる。

続いて、内部構成の変化としては半テナント化がみられる。半テナント化した建物は4軒あり、その多くは元々一つの店舗を営んでいた建物を半分にし、店舗経営している。「深善美術表具店」では市指定文化財であるため内部の変更が規制されており、建物の中央にあった柱に取り外し可能なプラスチック製の間仕切り壁を取り付けることで、半分をテナントとして貸し出している(図13)。「マツザキスポーツ」も市指定文化財であるものの、店舗部分の建物が分割されていて奥でつながっているため、奥の動線を区切ることでテナントとして貸し出している。以上の2軒は元々の店舗を縮小し



図13 半テナント(上から深善美術表具店、マツザキスポーツ、豆吉本舗)

て半分で経営し、残りの半分をテナントとして貸し出している。「豆吉本舗」と「花小路」については、元々薬屋をしていたが住居となり、その建物を丸々貸し出すことで現在は2つの店舗が入っている。また、内部構成の変化は半テナント化だけでなく、複合店舗によっても起こる。

5-4 建物付属物の変容

最後に、外部資本店舗参入による建物付属物の変容を観察する。川越の伝建地区では屋根看板や屋形看板、袖看板、壁面看板、暖簾、献灯看板、ショーウィンドーの7種類の看板への変更を行う場合には、修理事業や景観事業の対象となるため規制の対象となり、伝統的看板ということができる。それに対して、のぼり・垂幕、スタンド看板、ポスター、オブジェ、商品台の5種類の看板は、自由に取り外しや移動ができるため規制の対象となっておらず、非伝統的看板ということができる。伝統的看板と非伝統的看板に分け、ファサードに対する看板の面積割合と使われている種類数について県外店舗、県内店舗、市内店舗、伝建店舗、継承店舗の5つに分けて整理する。ファサードに対する看板の面積割合については、建物の正面を撮影した写真の上から、建物と伝統的看板、非伝統的看板の輪郭をなぞり、それぞれの看板の面積割合を出す。使われている看板の種類数については、献灯看板とショーウィンドーを除いた^(注29)伝統的看板(5種類)と非伝統的看板(5種類)の内、何種類が一つの建物で使われているのか調べる。

その結果、伝統的看板の面積割合は、県外店舗(6.7%)、県内店舗(5.7%)、市内店舗(6.6%)、継承店舗(2.2%)となり大きな差はない(図14,15)。しかし、継承店舗の場合には「小松屋民芸店」のように少ない種類の看板を大きく用いて、店名や屋号のみを宣伝している(図16)。それに対して「みつふい蔵のきっちゃん」のよ

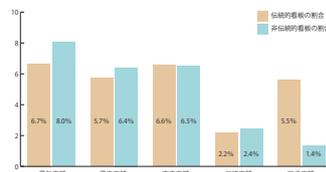


図14 ファサードに対する看板割合

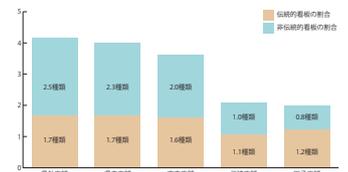


図15 一つの建物における看板種類数



図16 継承店舗のファサード



図17 県外店舗のファサード



図18 半テナントに見られる看板の偏り

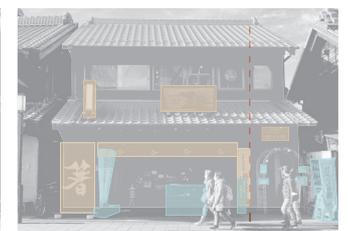


図19 1,2階が異なる店舗のファサード

うな県外店舗などでは、一つの看板は比較的小さいが複数個組み合わせることで店名を知らせている（図 17）。非伝統的看板の面積割合は、伝建店舗（2.4%）と継承店舗（1.4%）では使われている面積も種類も少ない。それに対して県外店舗（8.0%）、県内店舗（6.4%）、市内店舗（6.5%）は多くの数や面積を用いて販売している商品を宣伝している。

その結果がよく表れているのが半テナントである。図 18 は継承店舗と外部資本店舗の組み合わせとなっている。継承店舗は一つの看板の面積は大きくても少ない種類の看板を用いている。それに対して、外部資本店舗は使われている看板の種類が多く、かつ非伝統的看板の割合も高いことが一見して分かる。また、裏や2階が店舗となり、看板が増加することで町並みに与える影響も大きい。図 19 は1階と2階で異なる店舗が入っている。左側の看板が主に1階、右の階段周辺の看板が主に2階のものとなっていて、建物に付けられている看板の量や面積が増加している。

結章 本研究の成果

本研究では川越伝建地区を対象とし、外部資本店舗に着目した調査によって以下の知見を得た。

①川越が観光地としての名を県内から全国へと広げていくのにもとない、外部資本店舗の参入は市内店舗から始まり、県内店舗、県外店舗の順に進んでいた。また、近年の市内店舗と県内店舗の出店数はあまり変わらない一方で、県外店舗は増加し続けている。その要因として、観光地化が進んだことにより店舗賃料が上昇し、他県などにも複数店舗展開している財力のある外部資本店舗のみが出店できる状況が生じてきたことがあげられる。

②指定文化財のような建物にかかる規制が厳しいほど継承店舗が残り、規制が緩いほど外部資本店舗の参入が進むことが明らかになった。指定文化財を所有している方からは、「先祖が受け継いできた歴史のある建物を自分もしっかり受け継いでいかなければいけない」という声も聞こえ、テナントとして貸し出すのではなく、自分たちで店や建物を守っていくという意思により、継承店舗は受け継がれている。また、土地所有・居住状況の調査から、テナント化や土地を売却された建物は、県外店舗の割合が約半数であり、外部資本の参入が進んでいることが明らかになった。

③外部資本店舗の参入によって、都市組織、建物、建物付属物の3つのレベルで起きている変容を明らかにした。

都市組織の変容については、複合店舗や裏のテナント化、土地の売却によって裏の住居部分の消失が生じている。また、複合店舗や土地の売却による建替えは建物配列や間口にも影響を及ぼし、隣地の建物への影響が懸念される。

建物については、外観と内部構成でそれぞれ変化が生じている。外観のうち、形態は『町づくり規範』の完成以前は鉄骨造で陸屋根の建物が、以後は町家の形態に似せた建物が多く建てられたことが明らかになった。素材は、『町づくり規範』完成以前は歴史的な建物風の素材が用いられ、『町づくり規範』完成後は土蔵が建てられるなど、伝統的建造物に近いものが建てられた。また、伝建地区選定直後はコンクリートの躯体やガラスの屋根が用いられるなど、新しい建物が模索された。近年になると適切な素材の選択が多くの建物でされているが一方で、一部で蔵造り町家と真壁造り町家を合わせたような素材の選択がされている。内部構成は、半テナント化や

複合店舗によって建物内部の分割が起きている。

建物付属物については、伝統的看板は大きさや素材が規制されているため、用いられた伝統的看板の種類が多いことを除くと外部資本店舗の増加による変化は見受けられなかった。一方で規制の対象とならない非伝統的看板は外部資本店舗でより多く見受けられる。また、半テナントや裏のテナント化によっても看板は増えている。

以上が本研究で明らかにしたことである。伝建制度や文化財指定による建物の区別は外部資本店舗の参入を防ぐ効果がある。しかし、それは指定文化財のような規制が厳しい建物の場合であり、非伝統的建造物のような比較的規制の緩い建物はむしろ参入を受け入れやすい。歴史的な町並みを保全する上で重要なのは規制の厳しい文化財の建物であり、住民の努力によって昔からの建物や店舗が維持されている。一方で、外部資本店舗は規制が緩い建物に出店することで、町並みの恩恵を享受している。このように外部資本店舗は規制の緩い建物に「寄生」している。外部資本店舗が次々に寄生することで、裏の住居への出店や建物の内部を分割する半テナント化、空き地や空き家の複合店舗化など、川越の組織の改変を引き起こす。そして、新たな寄生を生む。つまり、文化財として建物を区別することにより、規制の厳しい建物の所有者に努力を強いることで町並みは保全され、外部資本店舗は規制の緩い建物に出店することで、その恩恵を享受している。

注

- 注1) 本研究での外部資本店舗とは、地域外に本店を持つ店舗とする
- 注2) ここでは単純に建物に取り付けられている看板や設備を表し、勘定科目で用いられる建物附属設備とは異なる
- 注3) 金弘己、宗本順三「産寧坂伝建地区における住宅の観光商店への用途変更と所有権移転の関係」（日本建築学会計画系論文集、第545号、2001年、pp.215-221）
- 注4) 坂本匡平、藤村龍至「伝統的町並みの修景プロセスの実態と課題に関する研究—川越の一番街商店街の観光地化に着目して—」（日本建築学会大会学術講演梗概集（関東）、2015年、pp.925-926）
- 注5) 賀佳恵、川原晋、岡村裕「歴史的町並み地区における外部資本店舗の進出と地域受容に関する研究—観光地化する川越の重要伝統的建造物群保存地区を事例に—」（日本建築学会大会学術講演梗概集（九州）、2016年、pp.419-422）
- 注6) 川越市立中央図書館所蔵の令和元年から令和4年までの『統計かわごえ』を使用
- 注7) 町並み委員会編『町づくり規範』（町並み委員会、1988年）
- 注8) 前掲 注7) pp.115-116
- 注9) 川越市、環境文化研究所編『川越の町並みとデザインコード』（1981年）
- 注10) 前掲 注7) p.55
- 注11) 前掲 注7) p.59
- 注12) 川越市都市景観課『創作看板』（2021年）
- 注13) 前掲 注7) p.90
- 注14) 同上
- 注15) 前掲 注7) p.64
- 注16) 当時は川越鉄道の川越駅
- 注17) 当時は東上鉄道の川越町駅
- 注18) 当時は東上鉄道の川越西町駅
- 注19) 川越サンロード商店街と川越新富町商店街の統一名称
- 注20) 溝尾良隆・菅原由美子「川越市一番街商店街地域における商業振興と町並み保全」（人文地理、第52巻、第3号、2000年、p.91）
- 注21) 高橋珠州彦・山下琢己・小口千明・古川克「川越観光化にみる蔵造りへのまなざしとその変化」（城西人文研究第33巻、2018年、p.27）
- 注22) 前掲 注3)
- 注23) 国立国会図書館所蔵の1975年から2023年まで計47年分の住宅地図を使用（欠：1981、1985）
- 注24) 2024年1月9日現在
- 注25) 前掲 注2)
- 注26) 川越市立中央図書館所蔵の平成11年度から令和3年度までの『川越市文化財保護年報』を使用
- 注27) 川越町並み委員会編『町並み委員会30周年』（川越町並み委員会、2017年）
- 注28) 川越町並み委員会編『町づくり規範』（川越町並み委員会、2023年）
- 注29) 町家であってもガラス戸が一般的に用いられるようになった現代において、内部が見えるという点で同じであるショーウィンドーと、今回対象とした一番街商店街の通りでは見られなかった献灯看板は今回対象から除く