

商店街周辺店舗固有の魅力の実態に関する研究

—新潟市古町地区を対象に—

1663091 田代 静瑠

指導教員 高見沢実教授 野原卓准教授 尹莊植助教

1. 研究の背景・目的と対象地

まちの中心市街地は、一本のメインストリートがあるだけでなく、その周辺に個性があるものである。そこは周辺であるからこそ、買うことだけをメインとしない多様な新たな形態の店舗が生まれる場所であり、メインストリートとその周辺が一体であることがまちの魅力である。本研究では、そうした周辺にある個性ある魅力的な店舗に着目して、その魅力がどこにあるかを明らかにすることを目的とする。

古町は中心を商店街である古町通 1～9 番町が貫いており、本研究では特に周辺部に個性的な店舗の多い古町 1～4 番町通近辺を対象とする。

2. 研究の構成

まず文献と 1960 年・2019 年の住宅地図により古町の状況、商店街とその周辺の境界線を明らかにし、商店街周辺店舗を抽出する。次に商店街周辺店舗の調査を行い、個性的な店舗を抽出しヒアリング調査を行う。最後にヒアリング調査をもとに商店街周辺店舗の魅力の実態を分析する。

3. 商店街周辺店舗の抽出

3.1 古町の歴史

古町は江戸時代前半に堀とともにできた町人地で、古町通は 1000 軒を超える町屋が建ち商人・職人が集まり、一本外れた西堀通は通り沿いに寺の並ぶ寺町通であった。明治時代に入り近代化が進み、初代県庁の設置、白山公園の開設と続き、西堀側では官庁街化が進んだ。商店街では 1980 年代から郊外大型店舗の進出等による空き店舗化が進んでいたが、2000 年代に上古町では若者による活性化に成功している。

3.2 1960 年と 2019 年の住宅地図の比較

1960 年は衣類系、商店系、家具系があるだけでなく、工場、倉庫、材料系（材木店等）があることが特徴的であり、特に商店街周辺に多い。これは、かつて古町は材料から物を作り、売るという「モノづ

くり」の街であったということが言える。2 年代を比較すると、依然と商店街に店は集中しており服系が多いが、2019 年は飲食系がかなり増えており、周辺は特にマンション、ビル、駐車場が増えている。

3.3 商店街店舗と商店街周辺店舗の境界

3.2 において商店街店舗は通りから街区の約半分までに集中している。これは「古町通」という町名範囲と概ね一致する。また 3.1、3.2 より古町通とその周辺では状況が異なるので、古町通内にある建物＝商店街店舗、それ以外＝商店街周辺店舗とする。

3.4 商店街周辺店舗調査

商店街周辺総建物数は 330。このうち住宅のみ/用途不明建物を除くと 134 で、総テナント数(事務所含む)は 250 であった。このうち法律系事務所、建築系事務所を含む事務所が最も多く、48%を占めている。その他を除き、続いて飲食系/雑貨系が多い。(図 1)

4. 4 店舗の抽出

商店街周辺店舗の中から個性ある店舗を抽出する。134 建物のうち住居/事務所中心・チェーン店入を除き、テナント数・種類が比較的多く活動が見える 11 店舗を抽出した。(表 1)この内、ゆったりとした雰囲気と建物の味わいがあり、建物全体が活発に使われているたけうち画廊、西堀ゆきわ、医学町ビル、エディターズカフェの 4 店舗を抽出した。(表 1①-④)

表 1. 11 店舗概要

建物番号	建物名	住居	事務所系	飲食	その他	工務	雑貨	ギャラリー	サービス	教室	その他	合計	その他の内容
8 (①)	西堀ゆきわ			2			3	1			3	9	画廊/スロースクール/レンタルスペース
9	ギャラリー直島			1				1				2	
28 (②)	【スタービル】1F たけうち画廊 Ja boutique du bento 2F ささいあいコミュニティ生活・協同組合前向ききまきま 4F 所建建築設計事務所		1						1		1	3	画廊 & 井田
57	2F シンター 吉恒 DOMO				1	1						2	
103 (③)	【ジョイフルビル】1F 駐車場 2F 所スペース Fstyle クルテク 3F 田中洋人建築設計室 SUNDAY finch design		2			2					1	5	フォトスタジオ/貸しスペース
142	【ジョイフルビル】1F 所、川辺 2F 所小林設計事務所新潟支店 heyas 養花池 3F 増井	○	1	1				1				3	
144	1F ばらや池澤飯店 2F にいがた観光ギャラリー			1		1	1					3	
292	1F 花一輪 plus 2F Better holiday					1					1	2	花屋
302	【サカエビル】1F ティオ・ペペ			1						1		2	
319	2F クッキングライフスタジオ												
319 (④)	1F 所スペース 2F editors cafe		1	1							1	3	
327 (④)	3F 所スタジオアール 1F (カフェ) 車輪												
327 (④)	2F 所 3F 利爾ちくら 3F リトルライト		1	1							1	3	本&バー
	シアター 4F ツムジグラフィカ												

図 1. テナント調査結果







図 2. 4 店舗位置図
※灰色部が周辺部

5. 4店舗へのヒアリング調査・分析

5.1 ヒアリング調査

ヒアリング調査は、主に店主とオーナーに行う。ヒアリングの際は、建物の歴史、出店までの流れ、店主の思想、オーナーと店主・その他関係者の関係、店主とお客さんとの関係に着目する。(表 2)

表 2. ヒアリング調査概要

	たけうち画廊(1F)	西堀ゆきわ	医学町ビル	エディタースカフェ(2F)
外観				
店舗概要	画廊 お昼のみ弁当屋	ギャラリー/雑貨/カフェ/居酒屋/図書館/スロースクール/貸室(週1で精神障害者自助グループ、外国籍住民サポート会)	2F子供おもちゃ専門店/家具/共有スペース(W S/展覧会)3F建築事務所/デザイン事務所/フォトスタジオ	1Fイベント開催(ワリマ/ライブ)/会議、撮影2Fエディタースカフェ3F粥テクスファーム(広告デザイン事務所)
出店時期	1986年	2018年9月	2014年	2014年10月
築年数	40年以上	102年	45年	54年
建物用途の変遷	左官学校→喫茶店舎本社→弁護士事務所等→[現在]	志賀家町屋→A氏→B氏→[現在]	活版所(別建物)→跡地に商業用ビル(事務所系)→[現在]	フランスパン屋?(別建物)→?→2F音楽バー→[現在]
オーナー	喫茶店舎(ビルは元本社)	志賀氏	喫茶店舎3代目渋谷氏	県外在住個人の方
店主・事業主	竹内氏 (夫婦/奥さんは弁当担当)	志賀氏 (建築士/絵/童話)	越人会 (ビル活用の為多分野の知人9人で結成)	常谷氏 (DJ88(古町)店主/喫茶店/知り合い)
出店経緯	新潟に移り住み、画廊をしようと思った。西堀が静かで良かった。弁当は福祉施設知人に給食の手伝いを頼まれて自分達でも、	建物を所有したので、町屋が好きで、道後の町屋(町屋改装のカフェ兼ギャラリー)を見ていいなと思っていた。改装は自分で行った。	渋谷氏がマンション開発の話も断りビルを残し活用したいと思っていた際、画家の奥さんを通じ亀貝氏(デザイン事務所/越人会)に相談。	音楽バークラブハレルヤ店主がハワイ移住をきっかけに、知人向けに事務所がある喫茶店(飲食店経営経験なし)に使わなかと誘った。
店主・事業主とオーナーの関係	弁当屋で近くの飲食店の厨房を借りなくなった際に、ビルの厨房を借りたいと話した際、快諾。	店主=オーナーなので、何でもOK。ギャラリー・雑貨は月3万と安く棚を貸す。	ビルの活用を自由にさせてくれた。初期の共有スペース利用(越人会)は資料なし。テナントは共有スペースを安く借可用	不動産会社を紹介して一棟貸で契約(喫茶店/躯体を残せば床・天井・壁は抜いてOK。
どのような場にしたいか	ゆっくりしながら観てほしい	コミュニティを作れる場	家にいるみたいにくつろげる場	イベント等を通して色々な人が集まる場
お客さんの来訪目的/滞在時間	絵とは関係のないおしゃべりが多/1時間以上が多	様々。寝る人もいる/長(コーヒー一杯で長時間でも滞在可)	様々。イベント多/様々(krtekはしっかり遊んで買う方が多く3時間も)	夜飯、飲み、イベント/様々。イベントがある時は朝4時ごろまでも。

5.2 ヒアリング調査結果分析

ヒアリング調査結果から、以下の5つのポイントが4店舗の魅力の実態であると考えた。

(1) 建物がもつ物語とその生かし方

モノづくりの街であったが、近代化により官庁街化するという周辺の歴史環境の影響を受けている建築物たちが、周辺部であることにより空きビル化しつつも、オーナーが絡む建築物そのものが有するストーリーを活かした再生をしている。そしてそれらは外観をうまく残したリノベーションで歴史的な味わいを残しながらも、モノづくりという地域の個性を受け継ぎつつ新たなクリエイティブな場となっている。

(2) 建物を生かそうとする関係者の関わり方

建物の歴史を見てきた個性あるオーナーが関わりながら、テナントが、自らがプレイヤーとして自分の力を活かしている。さらに、多様な分野の人々が緩くつながりを持ち、互いを補完し合いながらそれぞれの持つ課題解決にも繋がっている。

(3) 自由にゆったりと過ごす場の育成

儲けたいわけではないという店主、関係者らの思想があり、それらは、内部の空間・立面・プログラムに表れている。それが結果として、お客さんの来店目的・滞在時間にも表れている。

(4) 外部の人を巻き込んだ創造的な場づくり

店側が共有スペース等外部の人が参入しやすいハード面での余白を設け、外部の人の新しい発想を取り入れながら自分達だけでは成り立たない常に変化する表現の場をつくっている。

(5) 不動産としても成り立たせる工夫

イベントを開く共有スペースがほしい、弁当屋をしたい、自分たちの活動が見える場所にしたいなどの想いが実際の事業となるための工夫の特徴として、店主自身がオーナーであること、オーナーの協力、建物の最大限の活用、テナント・イベント参加者にも有益な事業を行うことが挙げられた。

6. 結論

商店街周辺店舗の魅力は、中心市街地の中でも周辺部であることによる様々な影響を受けてきた中でそれぞれの建物が持つ固有のストーリーを大切に、自由で個性ある人々が、儲けることを目的とせず、互いを補完し助け合うように緩くつながりながら個々の強みを生かし、商店街にない自由に過ごせる場や、多様で新しい活動が起きる場所を、店舗として成り立たせながらつくっているところにある。

それは、商店街に足りない部分を補っており、こうした店舗の存在はまち全体を豊かにする重要な一員であると考えられる。

参考文献

- 大図健太郎、岩佐明彦、田沢孝紀(2011)「地方都市におけるリテールクリエイターの環境形成 - 新潟市上戸町商店街を対象として -」『日本建築学会学術講演梗概集』E-1 巻 PP1049-1050
- 雨宮漢太(2015)「EDGE 店舗の空間特性に関する研究 - 住宅地が商業地化する瞬間の変容の魅力とその可能性 -」(横浜国立大学卒業論文)
- 森本舞香(2016)「地域再生に向けたストック活用の初動期における展開プロセスに関する研究 - 松山市三津浜地区を事例として -」(横浜国立大学卒業論文)
- 森本舞香 (2018)「まちの更新を促すストック活用事業における専門家の職能と役割に関する研究」(横浜国立大学修士論文)