

藤枝駅北商店街の色彩調査と考察

—地域活性化のためのコンセプト策定の提案とその表現の手段としての色彩を考える—

An Investigation of Color in the Fujieda-ekikita Shopping Area

— A Concept Proposal for Local Revitalization and a Consideration of Color for its Representation —

塚本 由紀江
Yukie TSUKAMOTO

塚本 博之
Hiroyuki TSUKAMOTO

田畑 和彦
Kazuhiko TABATA

(平成22年10月6日受理)

要旨

明治22年、東海道本線 静岡—浜松間が開通し、藤枝駅が開業した。その24年後、袋井駅を起点とした中遠鉄道と連結し、軽便鉄道が完成した。藤枝の駅前には、銀行、運送会社、宿屋、商店ができて、一層賑やかになった。¹⁾ その後、榛原地区たばこ産業、製茶、農産物、海産物が藤枝駅に集中し、名実ともに志太郡部の経済の中心となる。

現在の藤枝駅は、乗車客の一日平均は11,405人、静岡、浜松、沼津、三島に次いで静岡県内では5番目である。²⁾ 藤枝とその周辺地域は、美しい風景、歴史遺産、農産物、海産物、そして2009年6月に開港した富士山静岡空港など、多くの魅力的な財産を有し、大きな可能性を秘めている。

平成11年10月の市民提案書には、「駅周辺を市の拠点にふさわしいものとするため、駅前の景観整備や駅前商店街の活性化を図り、清潔で活気あるイメージづくりを進める。」³⁾とあるが、現状の駅北商店街は、そういった市民の願いとは裏腹に、空き店舗が目立つ、シャッター通りと化している。

賑わいを取り戻すためには、この藤枝駅北商店街がどうあるべきかを、周辺地域との関わりの中で考え、明確にしていく必要がある。地域の特性を生かした今後の方向性とそれに即した景観形成について、コミュニケーションの手段としての「色彩」という観点から検討し提案するため、現状把握のための現地調査、聞き取り調査、コンセプト策定の参考とするためのアンケート調査、文献調査を行った。

I. はじめに

「シャッター通り」。これが現代日本の商店街を表す言葉である。道路事情の改善に伴う消費形態の変化から、またそこに景気的大幅後退という経済事情とが相俟って、いずれの商店街も顧客を郊外の大型量販店に奪われ、経営の停滞を余儀なくされているのが実状である。低価格で、しかも取り扱うアイテムが多いことから、楽しみながらワンストップショッピングすることができる大型量販店は、モータリゼーションの進展と相俟って、現在では商店街に取って代わる一大販売拠点と成り得ているのである。それは極めて効率的なショッピングができる場であった。現在では娯楽的な施設、その要素を兼ね備え、家族

がその会話を弾ませることのできるコミュニケーションの場とさえ成り得ている。

このように、顧客の流れが郊外の大型量販店へとシフトした現在、商店街は、当然のことながら、販売機会を低減させ、所得の不安定さに苛まれているばかりか、その低下を導き、それが後継者難となって上記状況を創出させてしまっているのである。「お店は自分の代で終わり」とする商店主の思いがそのまま形となって表れている。その現状は極めて厳しい。

しかしその一方には活況を呈している商店街も存在し、それは所得の安定ばかりか、その増加を導き、その商店主たちの表情を明るくしている。これはひとえにその現状を真摯に受けとめ、憂い、立ち上がった一部商店主の強い思いとその働きが、周囲の人々の心を突き動かし、行政をも巻き込んで進められた商店街再生の結果であるが、曰わく商人たちの主体的行動がもたらした成果といえるが、彼らはその過程では必ずと言って良いほど集客手法や入店への仕組みだけではなく、商店街そのものを気持ち良く歩いて頂くその環境作りにも着手していた。既存の商店街を魅力ある空間に仕立てるべく整備していたのである。歩くだけでも楽しい空間を作り得ていたのである。それが結局は商店街での長い滞留時間を形成し、販売増となって現れたのである。

では、消費者にとって、どのような店舗・商業空間が望ましいのだろうか。どのような状況でなら、消費者は商店街へと足を運び、財布の紐をゆるめてくれるのだろうか。活況を呈している商店街には共通する色彩というものがあるのだろうか。

本稿は、従来の研究ではあまり手掛けられることのなかった商店街と色彩との関係を取り上げ、色彩が商店街に及ぼすその効果を検証したものである。残念ながら、紙幅の関係からそのすべてを本稿では取り上げることはできず、その第1弾という位置づけにとどまるが、地域を活性化する上で本稿の意義は決して小さなものではないと思われる。以下に、その目的と方法を改めて整理し、調査を踏まえての検証を提示するが、筆者たちがその対象として選んだのは、筆者たちが勤める大学が存在している静岡県藤枝市の駅北商店街であることを最初に断っておく。商店街の活性化で難しいのは、在るところでの成功がそのまま普遍的な価値を有し、他地域でも適用可能となるのではなく、当該地域の地域性に極めて引きずられてしまうということである。そのため、筆者たちは具体的な対象を最初に置くことにした。

II. 目的

まずは藤枝駅北商店街の歴史から紐解いていく。

藤枝駅北商店街の歴史は大正2年、軽便鉄道の新藤枝駅の開業と共に始まり、それ以降、志太地区の経済の中心地として賑わい発展してきた⁴⁾といわれる。

昭和37年には、国鉄藤枝駅舎の改築がなされ、昭和45年には、名店街アーケードが完成した⁵⁾。名店街を作るに当たっては、建築物を3階建てに揃えるなどその統一感にも配慮したそうである。当時を知る人からは、当時の最先端とも言える商店街であったという。

しかし、現在は、シャッターを降ろしたままの店舗が年々増え続けている。全国でも、厳しい状況に置かれている商店街が少なくないのは上述した通りである。郊外型大型店の進出、後継者の問題、顧客ニーズへの対応不備に対処するため、各商店街では活性化に向

け個店を含めた見直しを実施するなど、様々な対策を打ち出している。藤枝駅北商店街も、その例に漏れることなくイベントの企画を通じて、商店街に人を呼び、活性化を図ろうとする試みがなされている。藤枝駅周辺では、近年、歩道及びアーケードの整備が実施され美観の一部修正が施されたが、建築物は老朽化が進み、壁面の汚れも目立ち、商店街全体の景観の見直しを含めた改めた整備が必要な時期と思われる。

本研究では、商店街のコンセプト策定の提案を含め、商店街活性化のための色彩について検証し、地域振興と景観について考えるものとする。

色彩は地域、近隣の住民はもちろん、他の地域からここに訪れる人々との、コミュニケーションの手段として重要な役割を果たすからである。美しい景観は人の心を惹きつけ、心地良さをもたらす。本稿では、空間のイメージを大きく左右し、視覚効果の高い「色彩」という観点から、地域のあるべき姿、コンセプトの表現の仕方について考察する。メッセージの発信、快適性の維持など、色彩の効果を生かした色彩設計案の提案は、商店街の活性化に貢献できるものとする。

今回の調査は、商店街の景観、地域住民の意識など、その現状を把握すると共に、今後の商店街の方向性を探る為の参考資料と位置づける。今後も地域振興に参加しながら、地域住民と共に商店街のコンセプトについて検討し、カラーコンセプトの作成、色彩設計案提案の為の検証を進めていきたい。

Ⅲ. 方法

1. 現地調査

- ①測色方法：視感測色法
- ②色票：JPMA Standard Paint Colors 2007年D版 塗料用標準色（ポケット版）を使用。色票に記載のマンセル参考値を測色データとした。
- ③カラーチップ：JPMA Standard Paint Colors 2007年D版 塗料用標準色（ワイド版）を貼付。
- ④調査区域全体の出現色：マンセル値から、PCCSヒューアンドトーンシステムに置き換え、二次元で把握できるようにした。出現色のプロットに使用したPCCSトーン表は、財団法人日本色彩研究所の資料を参考に、グラフィックソフト イラストレーター10で作成した。

※マンセル表色系について

色を三属性「色相 (Hue)」、「明度 (Value)」、「彩度 (chroma)」で表す、代表的な表色系のひとつ。アルバート・H・マンセルが1905年に発表した表色系。1943年、アメリカ光学会 (OSA) によって改良された「修正マンセル表色系」を称して現在のマンセル表色系となっている。測色管理に結びつく色体系として、日本工業規格に取り上げられ、JIS Z 8721 (三属性による色の表示方法) となっている。⁶⁾

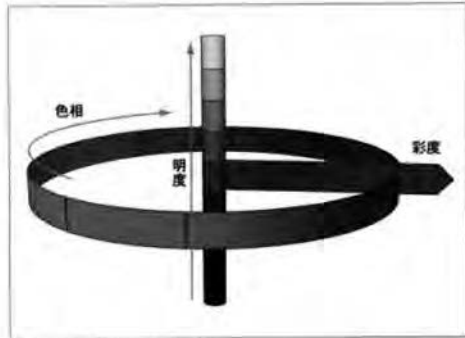


図1-14 色相・明度・彩度
マンセルシステムでは、色を色相(hue)・明度(value)・彩度(chroma)という次元で定義します。

図1. マンセル色相・明度・彩度

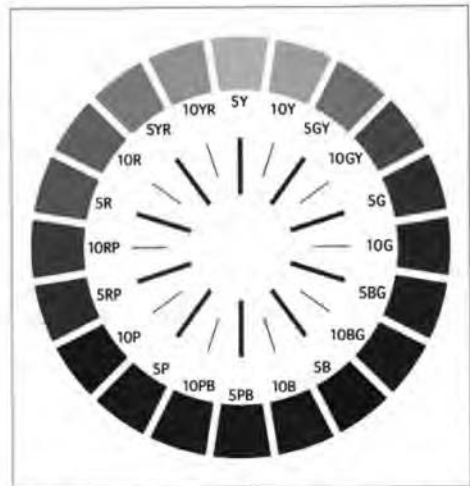


図1-15 マンセル色相環
色相は色相差が等間隔に見える主要な5色相と、5つの中間色相で10色相となっています。

図2. マンセル色相環

「色相 (Hue)」

赤とか青とかというような色の系統のこと。マンセルシステムでは、色相の基本として5つを定め、さらにその中間をとって10の色相を円周上に配している。10色相の間を、知覚的にほぼ均等になるように、さらにそれぞれ10等分し100色相となっている。

赤 (R)、黄赤 (YR)、黄 (Y)、黄緑 (GY)、緑 (G)、
青緑 (BG)、青 (B)、青紫 (PB)、紫 (P)、赤紫 (RP)

「明度 (Value)」

色の明るさのこと。光を完全に吸収する黒が明度0、光を完全に反射する白が明度10、その間の明るさの段階を視覚的に等間隔になるように分割したもの。

「彩度 (Chroma)」

色の鮮やかさを示す。無彩色を彩度0として色の鮮やかさが増加するに従って1,2,3と大きくなっていく。

※PCCS表色系について

財団法人日本色彩研究所が1964年に発表した表色系。多目的な実用性と配色調和色選定を行いやすいという特徴を持っている。色彩計画、色彩調査結果の集計、色彩教育用などの広範な用途で用いられている。マンセルシステム同様、「色相 (hue)」、「明度 (lightness)」、「彩度 (saturation)」を用いるが、さらに色相とトーン (tone) という2つの要素から色を分類するという点が最大の特徴。⁷⁾

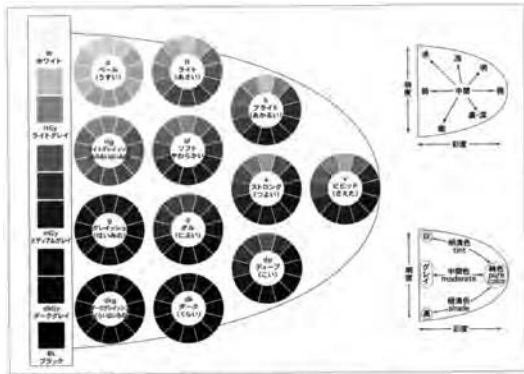


図 3. PCCSトーンの種類

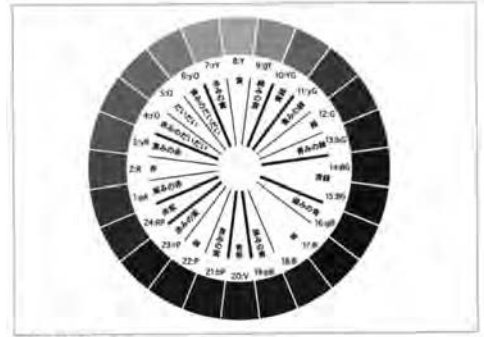


図 4. PCCS色相環

「色相 (hue)」

心理四原色の赤・黄・緑・青を主要色相として、24色相に分割。

「トーン (tone)」

明度と彩度の複合概念。明るい、濃い、鈍いといった色の調子を示す。

2. アンケート調査

対象：商店街の店主及び従業員24名、地域に通学する大学生13名 計37名に実施。

①イメージ評価アンケート

- a. 現状建築物のイメージ把握と色彩・配色によるイメージの違いを検証するため、現状の写真とそれに画像処理を施し、色彩に統一感を持たせたパターンについてSD法によるイメージ評価を行った。画像ごとのイメージプロフィールを作成し、各パターンの評価を検証。各パターンは、画像処理ソフト フォトショップ6.0を使用した。
- b. 回答データを因子分析にかけ、因子負荷量、因子得点の算出を行った。因子負荷量の絶対値が0.5以上の尺度について共通因子の意味づけをし、各評価対象をイメージマップ上にプロットし、その位置関係を座標軸で把握した。

※SD法について

オズグッドが提案した感情的意味の測定法。イメージ評価アンケートは、「好き・嫌い」「明るい・暗い」のような反対語対を用意し、両端に配し、その間に何段階かに区切った評定尺度を与え、被験者が対象から受ける印象について、いずれかの段階点を選ぶ。

本調査では、14の形容詞対を用い、7段階で評価。各形容詞対の平均評価点を求めた後、プロマックス回転を行い、相関行列を求めた。計算はエクセル統計2010を使用した。

②聞き取り調査

商店街の現状の把握、住民のアイデアの収集をし、今後の方向性を探る資料とするため、聞き取り調査を行った。カラーサンプルの作成はグラフィックソフト イラストレーター 10を使用した。

3. 文献調査

藤枝の歴史、文化遺産、特産品、地域活性化への取り組み等を把握し、コンセプト及びカラーコンセプト策定の参考とするため、文献調査を行った。

IV. 結果と考察

1. 現地調査

測色調査は、藤枝駅北商店街225号線沿いの両サイドの建築物について行った。測定値は、アーケード・歩道とA~Fのブロックに分けてカラーチップを貼附した。



図5. 色彩調査マップ（ゼンリン地図をもとに作成）



図6. 色彩調査データ①

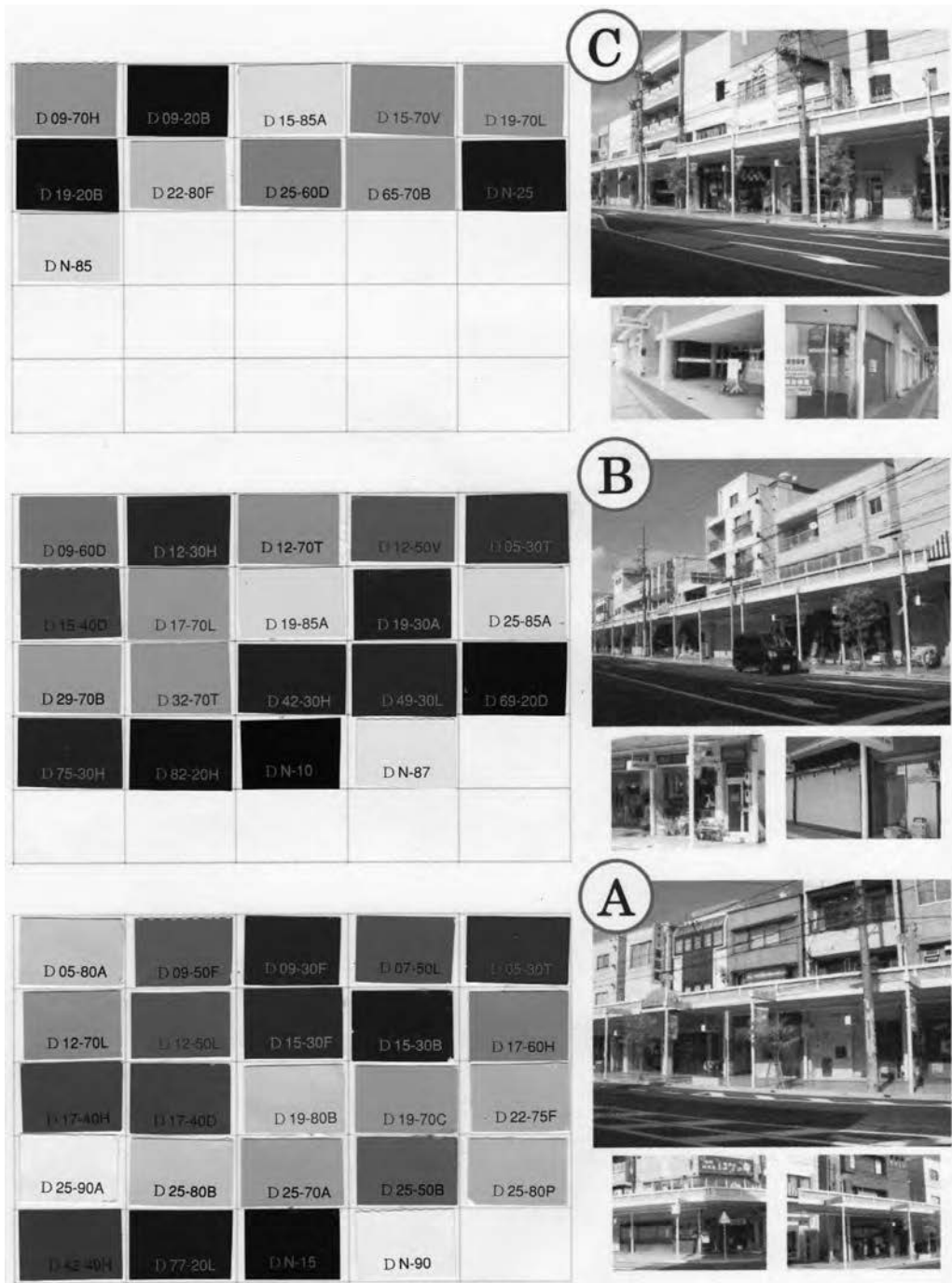


図7. 色彩調査データ②

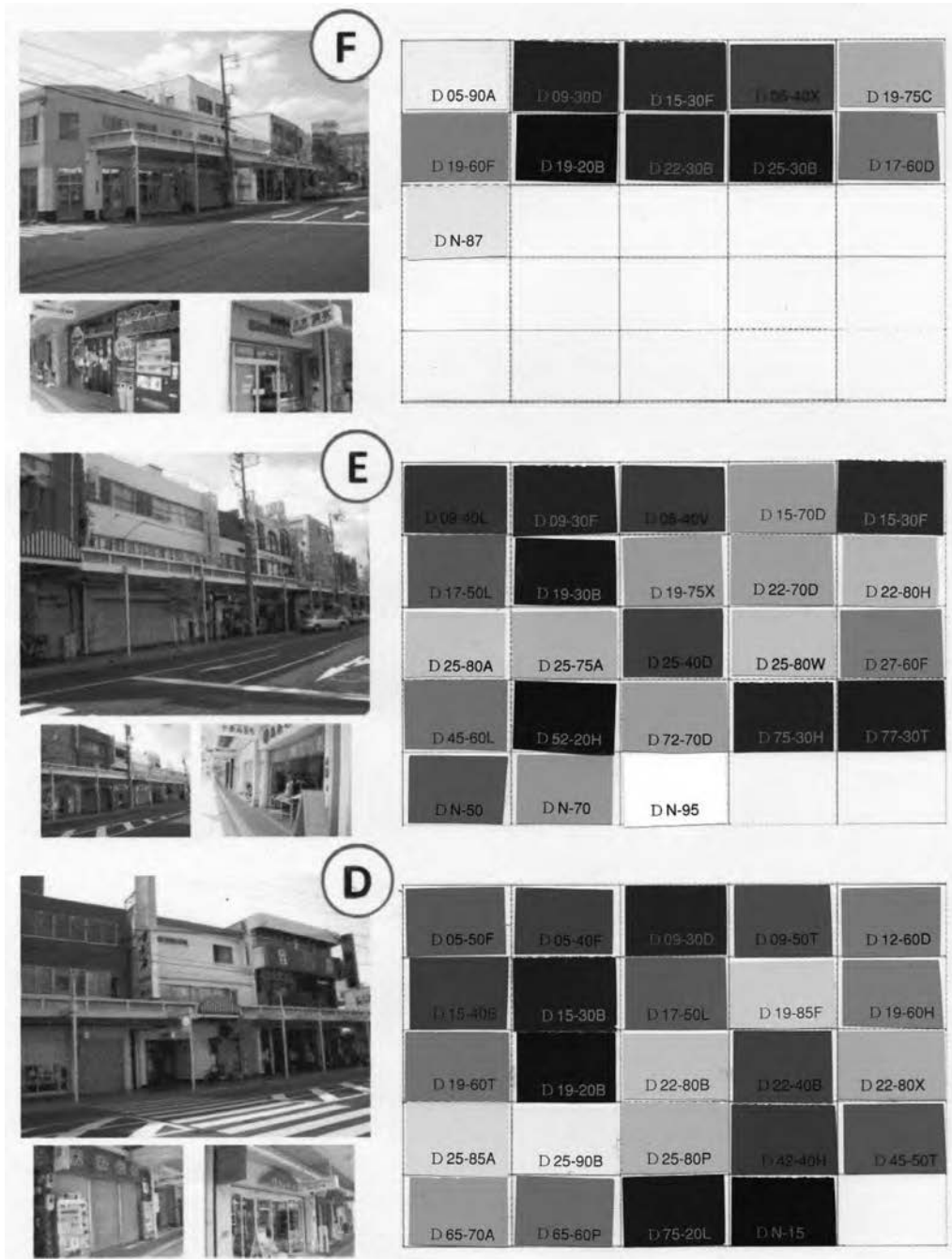


図 8. 色彩調査データ②

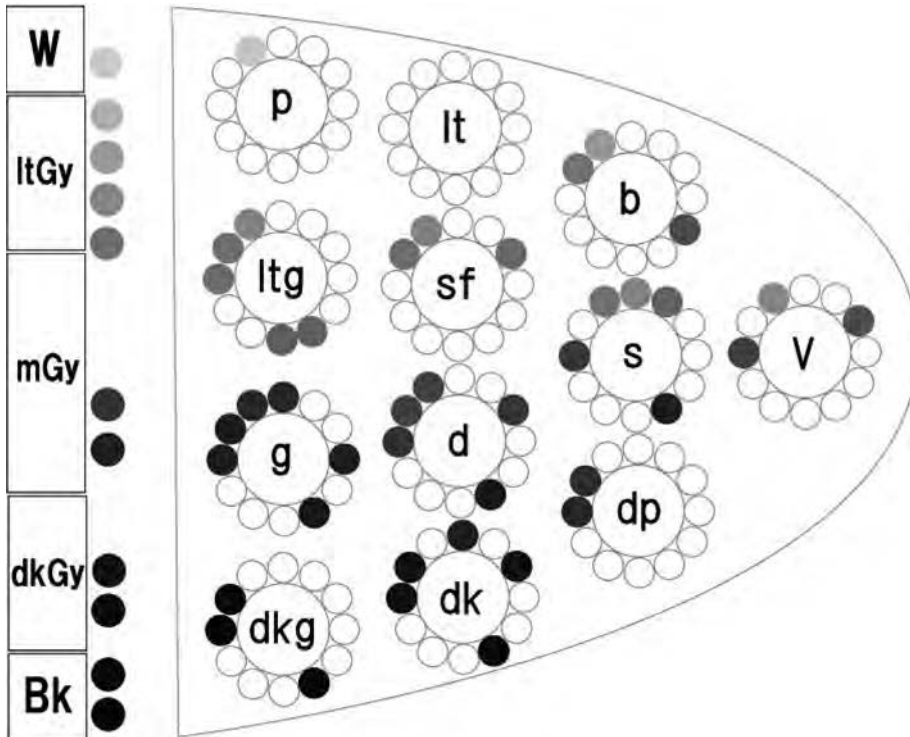


図9. ヒューアンドトーンシステムによる出現色の表示

図9の全体の出現色を見ると、赤～黄赤を中心として、その対照色の緑、青、青紫系の色が使われており、オーソドックスなバランスのよい配色となっているように見える。しかし、実際に商店街を見ると、全体的にクールで、色彩はちぐはぐな印象を与える。この原因は以下の理由によるものと思われる。

- ①赤～黄赤の低彩度トーン、中彩度トーンは、全体の中で小面積にとどまり、壁面は、ライトグレイが多く使われ、アーケードも含めると、かなりの面積を占めている。ソフト～ダルトーンの赤～黄赤は、出現色だけを見ると、まち並み全体のアソートカラーとして調和する色であるが、全体の印象がクールな為、馴染みにくい。“れんが道商店街”という愛称からイメージされる色彩とも、だいぶ離れた印象を受ける。
- ②高彩度色が数カ所の壁面に出現し、面積が大きいためアクセントではなく唐突な印象となり、統一感を損ねている。
- ③店舗の上部にある看板は、小面積ではあるが、全体のイメージ形成に関わっていることが意識された色彩となっていない為、まち並みとしての美しさ、調和感が得られにくい。
- ④歩道の色彩は優しく明るい印象でまとめられているが、周囲との関係から良さが生かされていない。

2. アンケート調査

(1) イメージ評価アンケート

①37名のイメージ評価アンケートを集計し、イメージプロフィールを作成した。

No. 1



現状写真
クールな印象のまちなみに時々出現する高彩度色

No. 2

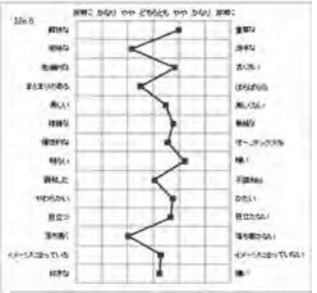
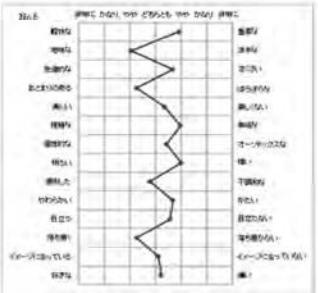
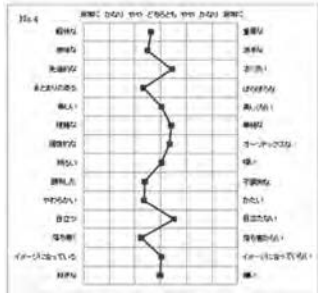
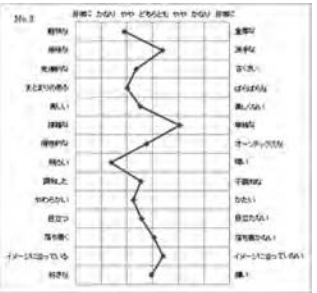
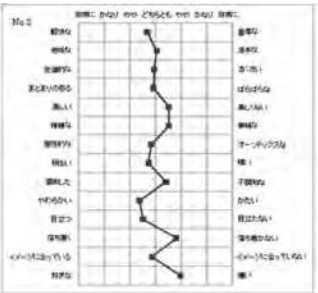
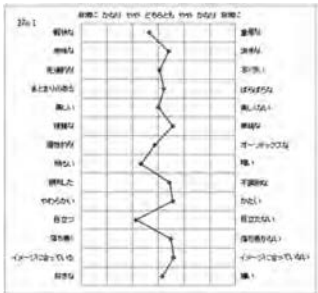


藤枝のイメージカラー“藤色”を基調とした、建築物としては個性的な配色

No. 3



現状の全体的に使われている高明度色を少し暖色系にシフトさせ、看板に対象色の藤色を使用



No. 4



暖色系の中～高明度、中～低彩度トーンを中心とし、看板に対照色のブルーを配した

No. 5



暖色系の中～低明度、中～低彩度トーンをベースに看板のみ高彩度領域に設定した

No. 6



アクセントを類似色の暖色から対照色の寒色に移行させた時の印象の変化を確認するため、看板色のみ変更した

図10. イメージプロフィールと配色パターン

1と3は基調色が近いが“まとまり”“明るさ”などで印象の違いが大きかった。2のような建築物としてはあまり一般的でない配色は、藤枝のイメージカラーではあるが、好まれなかった。色相・トーンに統一感を持たせた2～6については軽重感・柔軟感等はトーンのイメージ通りであるが、2は“落ち着き”“好悪”で低評価だった。特に注目した点は、配色に統一感があるが、印象としての“まとまり”が3～6に比べ低評価となったことである。

②回答データを因子分析にかけ固有値と因子負荷量を算出した。第1因子は寄与率31.5%を示し、「目立つ」、「個性的な」、「先進的な」の形容詞の絶対値が大きいことから、「インパクト」を表すものと判断した。第2因子は「調和した」、「美しい」、「好きな」、「まとまりのある」、「イメージに合っている」の形容詞の絶対値が大きいことから“調和感”を表すものと判断した。また第3因子は、「明るい」、「軽快な」、「やわらかい」の形容詞の絶対値が大きいことから“親しみやすさ”と判断した。その後、6画像別のサンプルがどのようなイメージで評価されているかを見るために、表2に因子得点を表した。

表1. 回転後の固有値と因子負荷量

変数	因子1	因子2	因子3
目立つ	0.8467	0.1522	0.4061
個性的な	0.6743	0.1765	0.3806
先進的な	0.6639	0.3385	0.5410
調和した	0.1469	0.6752	0.2889
美しい	0.5759	0.6459	0.5435
好きな	0.4785	0.6168	0.3422
まとまりのある	0.1372	0.5883	0.2538
イメージに合っている	0.2460	0.5881	0.1822
明るい	0.7337	0.2774	0.8021
軽快な	0.3585	0.1119	0.7447
やわらかい	0.3025	0.4664	0.5997
複雑な	0.3055	0.0751	0.1143
落ち着く	-0.1226	0.7541	-0.1138
地味な	-0.6831	0.0112	-0.4286
固有値	4.41	1.96	1.22
寄与率	31.52%	14.01%	8.68%

表2. 因子得点

	因子1	因子2	因子3
	インパクト	調和感	親しみやすさ
1	0.055	0.049	0.068
2	0.311	0.320	-0.158
3	0.263	0.375	0.576
4	0.269	0.491	0.440
5	0.446	0.441	0.575
6	0.437	0.411	-0.180

③表2の因子得点をもとに37名のイメージ評価をイメージマップに表した。

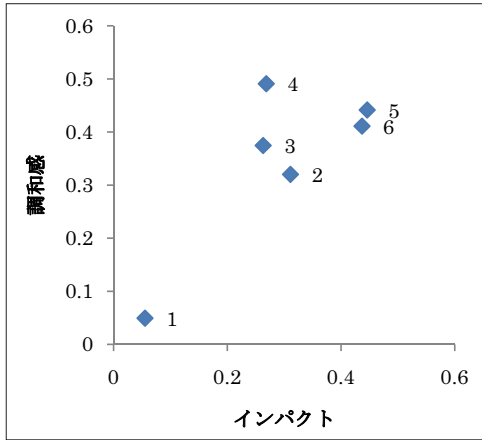


図11. イメージマップ①

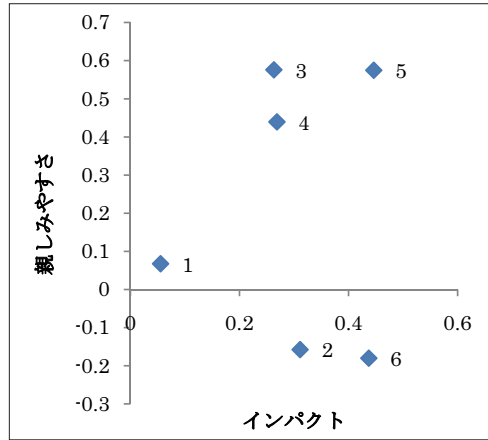


図12. イメージマップ②

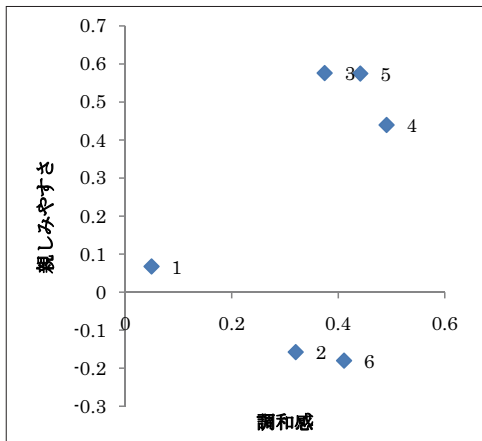


図13. イメージマップ③

イメージマップで確認できた事柄について、下記に記載する。

- 看板を対照色とした5と6は、小面積部分の色相のイメージが評価に影響を与えている。
- 寒色系～中性色が、親しみやすさの印象を左右している。
- 特徴的な配色よりも重厚感のある配色がインパクトを与えている。
- 色彩調和の視点からの配色がなされていない1は、各因子において特徴を示していない。
- 好悪では、1より低評価であった2は、1に比べると配色によるメッセージ性が高い。
- 統一感のある配色は、色相やトーンに関わらず調和感を与えているが、親しみやすさについては全体の色彩やトーン、また小面積部分の色相等による影響を受けている。

(2) 聞き取り調査

24名に対して実施した、聞き取り調査の結果を以下に記載する。

①現在の駅北商店街はどんなイメージですか？という質問に対して以下の回答が得られた。

- ・人通りが少なく活気がない／繁栄が終わった後の感じ／地味／殺風景／暗い／空き地
- ・商店街ではなくなった
- ・夜になると近隣から人が集まる／夕方から客引きがいて入りにくい・怖い
- ・駐車禁止で警察に捕まる
- ・後継者がいない／潤い・活気・個性・ポリシーがない／開店時間がばらばら
- ・アーケードの改修後、犬の散歩道になった（マナーが悪い）
- ・花壇が無くなり歩道が広くなり余計に寂しく感じる／ウィンドーが見つらい
- ・通りが広すぎて、歩行者天国ができない／アーケードの幅が狭い
- ・大型店以外は店ではないと思われている／知られていない／車で通るだけ
- ・イベントをやっても日常的な売り上げにつながりにくい
- ・活気を取り戻そうとしている人が集まらない、ジレンマがある
- ・車でなくても生鮮品が買えるようにしたい（公共交通機関で移動しやすい・配達などのシステムが充実するなど）
- ・商店街トータルの魅力が必要／スーパーが無いので一日の流れができない
- ・裏通りや文化センターを活用したい
- ・駅前の利便性を生かし、歩いて楽しいと感じられる通りにしたい
- ・長い目でみたいが、選挙で人が変わってしまう、期待はしたいが諦めの気持ちがある
- ・なけなしのお金を使ってでも何かやろうとする姿勢／目玉となる店がひとつあればまわりも活気付く／居酒屋は仲がいい、頑張っている

②理想とする商店街はどんなイメージですか？という質問に対して、1. 活気がある 2. 地域の特徴を生かした（個性的な） 3. 若者が集まる 4. 美しくゆったりできる 5. その他、の5つの選択肢から複数回答可として回答を求めた。その結果を図14の円グラフに示す。

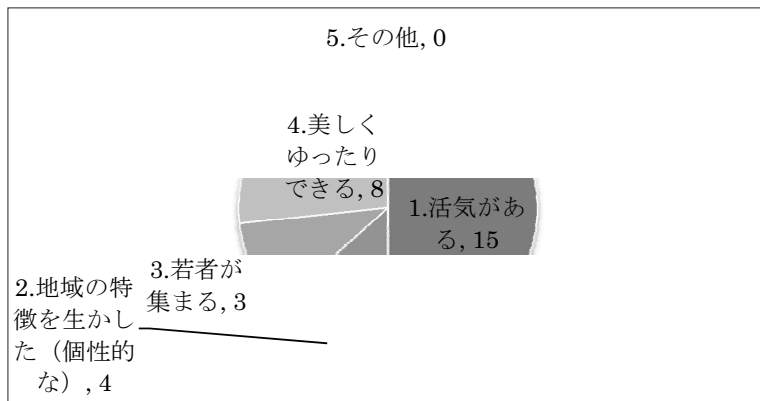


図14. 理想とする商店街のイメージ

③藤枝の特徴は何だと思いますか？という質問に対して以下の回答が得られた。

- お茶／みかん／JAの新種の野菜／しいたけ／サッカー（最中）／せとやコロッケ／藤の花／木工・家具
- 歴史がある／志太地区がひとつになる要素がたくさんある／田中城／きのこ団地
- おおらか／保守的／個性的／可もなく不可もなく／外に出て行く人が多い
- 知的職業の人が多く／芸術的／お客様の懐が深い／周辺地域から来ることができる
- お祭りが無い

④理想のイメージに近づけるには、どんな品揃え（店）が必要だと思いますか？という質問に対して以下の回答が得られた。

- カフェ・レストラン／ブティック・雑貨店／家電店／銭湯
- 昼間女性が楽しめる店／子どもと一緒に楽しめる店
- スーパー（生鮮3品・集客力がある）
- 若い人向きのブランド・こだわったブランド
- ここにしかない専門店／東京と違うもの（ここから全国発信）
- 駐車場／電車（空港を生かす）
- 静岡市のベッドタウンとしての役割／60代以上専用マンション
- 年配の人達のコミュニティスペース／病院・指圧・針（50代以上をターゲットとする）
- 充実した品揃え（人が来ない→売れない→品揃えが減る→買いに来て欲しいものがない→益々売り上げが減る・・・といった悪循環）
- 忙しい人が便利に買い物できる
- 同じ業種が集まり、企画をする

⑤理想とする商店街のイメージカラーを選ぶとしたら何色を選びますか？という質問に対して、図15のA～L（14色）の中から複数回答可として回答を求めた。その結果を図16の棒グラフに示す。

藤枝駅北商店街の色彩調査と考察

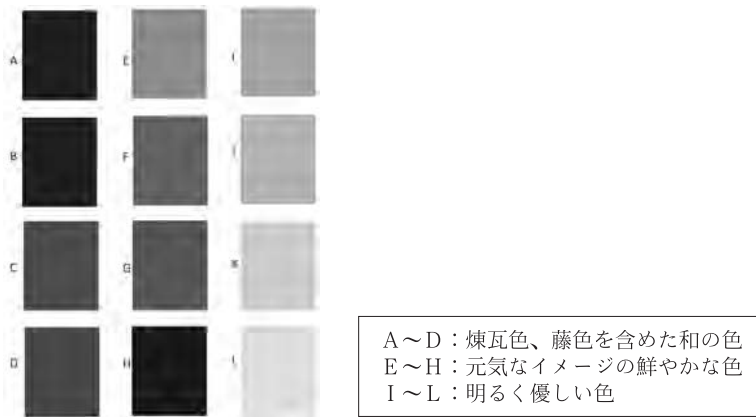


図15. イメージカラーサンプル

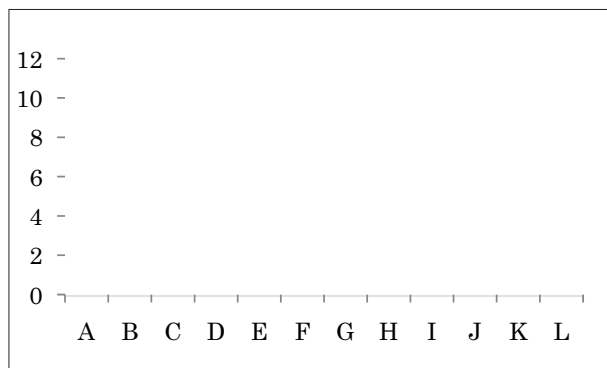


図16. イメージカラー

⑥店舗の陳列を改善したいと思いますか？という質問に対して、1.改善したい 2.現状でよい 3.改善したいがどうすればよいかわからない 4.予算がない 5.その他、の5つの選択肢から複数回答可として回答を求めた。その結果を図17の円グラフに示す。

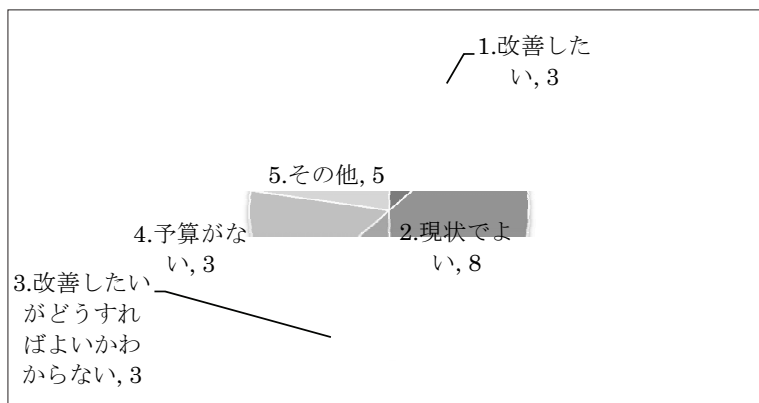


図17. 陳列

商店街を歩き、買い物をするだけではわからない様々な問題点があげられている。同時に、改善のアイデア、以前の活気を取り戻したい、無理かもしれないという不安など、店主や従業員の思いや状況が、ストレートに伝わってくる調査となった。

理想のイメージは、“活気”に続いて、“美しくゆったりできる”である。景観を考えるにあたって、これは重要な基準と考える。商店街というと、特徴的な品揃えや賑やかさを追い求める傾向になりがちであるが、同時に美観も考える必要がある。“ゆったり”と“活気”は一見すると相反するものであるが、ゆったりできるという理由で人が集まり活気が生まれる。美観は、人の心に与える影響も大きく、地域の子どもたちの成長にも関わる重要な因子である。

イメージカラーとしての“藤色”については、好きという理由で選ぶケースはほとんどなかった。イメージカラーとして、市民にこの色が浸透しているという理由であった。

陳列については、“努力しているので現状で良い”という傾向を強く感じた。

<この調査から浮かぶ、住民が持つ商店街のイメージ>

- ・藤枝駅前には、こだわりの美味しいお店があり、また行きたくなる。
- ・20～40代の親子連れが、車でも安心して来られる。買い物の途中、カフェやレストランで休憩、子ども達とおもちゃを選び、ゲームを楽しみ、最後に生鮮品を買い帰宅する。
- ・公共交通機関に不便がなく、年配者が平日も気軽に訪れることができる。駅周辺には飲食店はもちろん、入浴施設など憩いの場、針、マッサージ、医療施設などが充実し、近隣からも電車で多くの人々が訪れ、落ち着いた雰囲気の中で、充実した時間を過ごす。

V. まとめと今後の課題

今回の調査を通じて、現状の商店街の景観は、昭和45年の名店街アーケード完成当時から、様々な事情により少しずつその美観が失われてきた様子がうかがわれる。また、聞き取り調査から、地域の住民は、商店街の活性化についての思いを持ちながら、近い将来への危機感と不安を抱えていることがわかった。そして、同調査から強く感じたことは、商店街のコンセプトを明確にし、早急に、その実現に向けて動くことが望まれている、ということである。

コンセプトについては、歴史や現在の状況、近隣との関連を踏まえ、検討されるべきであろう。郊外型大型店との競争に目を奪われることなく、貴重な歴史遺産と、美しい風景、資源を生かし、次世代に引き継ぐことを考えなければならない。貴重な財産を生かし、引き継ぐこと、発展への道は、そこから開けていくものとする。

下記に、藤枝駅北商店街のコンセプトにつながると思われる事柄を記す。

- ・立地からも周辺地域から人が集まりやすい。志太地区の中で果たす役割も大きい。
- ・市民にあまり知られていない歴史遺産や美しい風景も多く残されている。
- ・農産物、海産物共に恵まれ、食に関する魅力も高い。
- ・富士山静岡空港からの集客も十分可能である。
- ・日本国内のみならず、世界の人々があこがれる富士山を有する静岡県にあり、近年、海

外で注目を集めている緑茶の産地でもある。世界的な興味といえば、旧東海道もそのひとつである。緑茶に関しては、藤枝茶はもちろんであるが、全国的にもレベルの高い県内の産地から、その貴重な特産物を集約しやすい場所である。

- ・人気の高い紅葉、美しい自然とSLのある川根路にもつながる。

広い地域から人を招き、美しさや心地よさを共有できる資源が豊富にあるこの地は、地域住民も気付いていない大きな可能性を秘めている。そしてその藤枝の玄関口として、この商店街にふさわしい「色彩」は、エイジングによって、より懐かしさや奥ゆかしさを感じることができる“素材”が大切であると考え。また、建築物とともに街路樹や花、水、光をどう取り入れ、どう表現をしていくかを地域全体の中で考え、趣のある美しい景観を形成する必要があるのではないだろうか。

過去から、現在、未来を見据えた景観を実現することで、個々の店舗の想像力を喚起させ、品揃えや陳列、オリジナル商品などのアイデアも自然と生まれるだろう。更には、ふさわしい店舗の誘致にもつながると考える。

この駅北商店街のあり方と「色彩」を考えると、そのキーワードとして、“旧東海道”が浮かぶ。駅北商店街は東海道ゆかりの6商店街には入っていないが、他の商店街とともに活性化されるべきである。そしてそのコンセプトを具現化し、コミュニケーションの手段としての「色彩」について、今回の調査を参考に、今後も調査を進めながら、ガイドライン及び設計案の提案をしていきたい。

<付録>

(3) 文献調査

コンセプト策定のための参考資料から一部抜粋し、以下に記載する。

■藤枝駅北活性・復活フェスタ資料—東海道鉄道藤枝駅のあけぼの— H22. 8より抜粋

明治22年4月16日 東海道本線 静岡—浜松間開通 藤枝駅開業

開通時、駅は「停車場」「ステーション（英語のステーション）」と呼ばれ親しまれていた。蒸気機関車は1日2回停車した。近隣の村々から岡蒸気を見ようとして弁当持参で、連日停車場は賑わった。

大正2年8月1日（1913年） 藤相鉄道 藤枝大手—新藤枝間開通

当時、陸の孤島と呼ばれた大井川下流の活性化。榛原地区たばこ産業、製茶、農作物、海産物が藤枝駅に集中し、名実ともに藤枝駅前が志太郡部の経済の中心地となる。

大正11年、県立藤枝高等女学校、翌12年、青島高等裁縫女学校、13年、県立志太中学校が開校し、通学、通勤の駅として賑わう。藤枝本町、榛原方面から移住者が藤枝駅接続道路を中心にて、商店などを営み一層の賑わいを見せる。

昭和37年 藤枝駅全面駅舎改築

現在、藤枝駅の乗車客の一日平均は11,405人、乗客数は、静岡、浜松、沼津、三島に次いで5番目である。

しかし、藤枝駅前がかつての勢いはない。郊外への大型店の出店、モータリゼーション

によるお客の購買の変化、町中商店街はシャッター通りとし化し寂れていく運命にある。鉄道により、50年後、100年後の郷土の発展を力説し、鉄道開設・藤枝駅設置に尽力した、青年村長、青地雄太郎氏に相談すれば、明快な構想を指南するであろう、新時代の交通手段。それが、L・R・T（ライト・レール・トランジェットー次世代式路面電車）構想である。⁸⁾

■第3次藤枝市総合計画 後期施策展開計画 H18. 2より抜粋

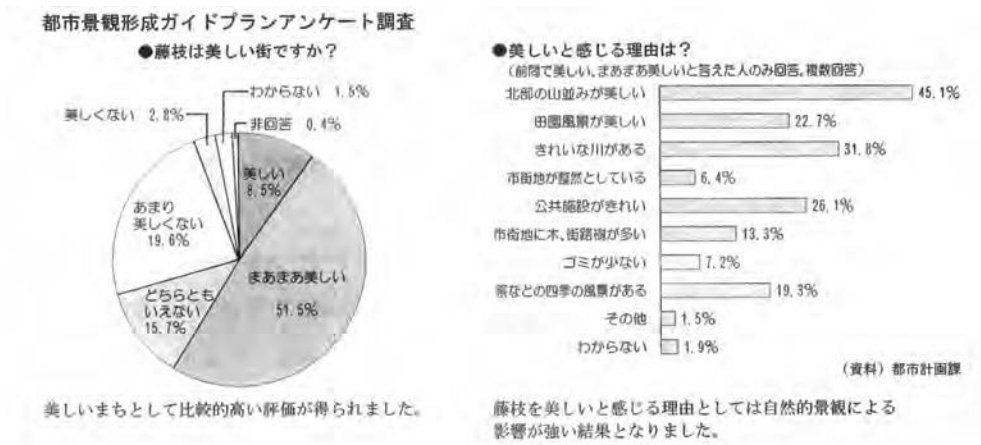
藤枝駅周辺商業地については、都市としての魅力を高めるため、地域商店街振興組合等と連携しつつ、市有地など、多目的広場としての有効活動や都市計画との整合性を図るとともに、地域に即した街路灯・ショッピングモール等商業集積誘導のための商店街基盤整備を促進します。

東海道歴史のふるさとづくり事業と商店活性化のためのイベント（天狗まつり。まといまつり）などと一体となったまちおこしに努めます。

平成6年度に、都市景観形成ガイドプランの作成を行い

- ①個性を感じる空間づくり
- ②わかりやすくうるおいのある景観づくり
- ③地域コミュニティを育てる景観づくり

など都市の修景に配慮したまちづくりのための啓発に努めました。⁹⁾



■藤枝市緑の基本計画 H14. 3より抜粋

藤枝駅を囲む中心市街地で、「市の顔にふさわしい魅力と風格のある緑のまちづくり」を目指し、以下を基本方針とする地区緑化を推進する。

- a) 緑の拠点となる公園緑化との整備と緑のネットワーク形成
- b) 駅周辺や幹線道路沿道におけるシンボリックな緑化の推進
- c) 公共公営施設や民有地など市街地の総合的な緑化の推進

- ・JR藤枝駅を囲む中心市街地を形成する青木、前島の2つの住区からなる地区で、本市の玄関口であり、都市の顔となる地区である。
- ・概ね全区域において、土地区画整理事業が施工済、施工中であり、計画的な公園緑地の配置が行われている。
- ・地区の北側には、東海道や内瀬戸谷川地区が横断しており、貴重な歴史的空間や水べ空間を有している。¹⁰⁾

■藤枝市東海道歴史のふるさとづくり計画 H9.3より抜粋

<目標>

東海道藤枝宿時代からの地域資源を再評価し、暮らしと市民文化、まちづくり、産業などをリフレッシュしていく。

<統一イメージ>

「東海道と旅の時代を共有できるふるさと・まちづくり」

～日常生活から「久遠の自然・あったか・ロマン」への回路づくり～

明治の殖産興業から戦後の高度成長に至る歩みは主に工業生産の拡大と経済の国際化によりもたらされたものといえるが、こうした1世紀余りを経た現在、改めて近代以前の人たちが実践してきたエコロジカルで手作りの味わいのある製品づくりや消費のあり方が生活する者の眼に新鮮で可能性を秘めたものとして写っている。

また、江戸・東海道の時代は、藤枝にとってわが国の交通要衝に位置した時代であり、そこを通過した人たちとそれへの接遇は、長い歴史の中でも他に例が少なく、興味深い事柄や、贅を尽くしたものもあり、広重などに描かれている当時の藤枝の風景は、藤枝のアイデンティティであり、財産でもあるはずである。

東海道にゆかりがある6つの商店街

栄＝川原町、上伝馬、千歳、長楽寺、藤枝名店街＝白子、本町＝下伝馬

東海道藤枝宿をコンセプトとした人寄せ型商業（ウィークエンド商業）の展開

店構え、業種構成、アーケード・街路樹・街路灯・電柱、駐車場など様々な視点から検討テーマがあげられている。¹¹⁾

■藤枝市の将来像 市民提案書 H11.10より抜粋

<スローガン>

「ひと・まち・自然が萌ゆる 新世紀健康都市 藤枝」

駅周辺をまちの拠点としてレベルUP！プロジェクト

駅周辺を市の拠点にふさわしいものとするために、駅前の景観整備や、駅前商店街の活性化を図り、清潔で活気あるイメージづくりを進める。¹²⁾

■藤枝のお茶 S63. 8より抜粋

明治時代になって、平野部でもお茶の生産が始まると、大手付近に茶商人が集まり、生産地から大手へ、さらに焼津港へと運ばれるようになりました。明治22年、東海道線が開通すると、これまで焼津港へ運ばれていたお茶は藤枝駅へ運ばれ鉄道によって直接東京・横浜方面へ送られるようになりました。これによって大手から藤枝駅により近い木町・上伝馬へと商品が集中するようになりました。一方、大正2年に藤相鉄道は敷設されると、大手駅から藤枝駅へと大量のお茶が運ばれました。

このように藤枝は北部に朝比奈・葉梨・瀬戸谷・稲葉・伊久美・笹間などの山間地を、また南部にも広大な平野部の茶生産地をひかえるという立地条件に加え、東海道線などの交通手段にも恵まれて、明治時代以降、志太地域の茶の集散地として大いに栄えました。また、こうした茶商人たちの活躍ばかりでなく、藤枝では製茶工場をはじめとして茶函屋、曲物屋（トオシ屋）、ダイカイ屋（袋屋）、縄屋、コモ屋、缶屋などお茶の関連産業も盛んでした。さらに、大正時代は伊達鉄工や鈴木鉄工などで、製茶機が開発・製造されるなど、茶どころ藤枝ならではのさまざまなお茶を中心とした工業・商業が発達したのです。¹³⁾

引用・参考文献

- 1) 原作 南條忠義 「藤枝駅前、老木、柅檀の独り言」(H22)
- 2), 3) 「藤枝駅北活性・復活フェスタ資料」(H22. 8)
—東海道鉄道藤枝駅のあけぼの— 藤枝郷土博物館
- 4) 「藤枝市の将来像 市民提案書」(H11. 10)
- 5) 「藤枝市ホームページ」
- 6), 7) 「デジタル色彩マニュアル」財団法人日本色彩研究所 (2004)
- 8) 「藤枝駅北活性・復活フェスタ資料」(H22. 8)
—東海道鉄道藤枝駅のあけぼの— 藤枝郷土博物館
- 9) 「第3次藤枝市総合計画 後期施策展開計画」(H18. 2)
- 10) 「藤枝市緑の基本計画」(H14. 3)
- 11) 「藤枝市東海歴史のふるさとづくり計画」(H9. 3)
- 12) 「藤枝市の将来像 市民提案書」(H11. 10)
- 13) 「藤枝のお茶」(S63. 8)