

京都における店構えの変遷に関する研究— 扇屋に着目して— *

Analysis of the historical changes of the spatial structure of the shops in Kyoto *

玄田悠大**・出村嘉史***・川崎雅史***・樋口忠彦***

By Yuta GENDA**・Yoshifumi DEMURA***・Masashi KAWASAKI***・Tadahiko HIGUCHI***

1. 研究背景・目的

京都は歴史が深い都市として認識されており、実際に町家などの店舗を通して歴史の深さを感じることが出来る魅力的な都市である。その一方で、建物の表層だけから歴史を感じさせる店舗が増えてきていることも事実であり、本質的に歴史性を含む店舗とはどういったものであろうかという疑問が湧いてくる。そこで歴史的な必然性が現れているような本質的な店舗形態を探りたい。それは業種ごとに異なった形態を生じるものではないかと考えられる。よって本研究の目的は、京都の店舗様式の変遷を把握し、各業種でどのように店構えを使用していたのかを抽出することである。

2. 研究方法と使用資料

(1) 研究方法

第1に、中世から近代までの京都に関する絵図に描かれた店舗の全てを対象として整理し、基本的な店構えタイプを抽出する。基本的な店構えとは、ここでは店舗の空間を支えるための最低限必要な空間的枠組みとする。実際の店舗形態は、この基本的な店構えタイプに様々な空間的装置を付随して成り立っている。

続いて、業種ごとにその基本タイプをどう使用したかを同資料より詳細に調べる。時代毎の結果を時系列で並べることにより業種の店構えの変遷を明確にし、業種と店構えとの関係性を明らかにする。

その結果、店構えの変遷と業種との間にいくつかのパターンがあることを明らかにするが、本発表では扇屋の店構えの変遷に焦点を絞ることとする。

(2) 使用資料

主に7つの京都を描いた絵図を使用した。《町田家本洛中洛外図》・《上杉家本洛中洛外図》・《舟木家本洛中洛外図》・《池田家本洛中洛外図》・《京雀》・《京雀跡追》・《都の魁》である。

a) 《町田家本洛中洛外図》(以下《町田家本》)

最古の洛中洛外図といわれ、応仁の乱後である大永五年(1525)から享禄四年(1531)が景観年代とされている。土佐・狩野両派の画風に通じた絵師の制作とされ、鳥瞰図的に捉えた京都の町並みを四季の変化や年中行事とともに描いている。

b) 《上杉家本洛中洛外図》(以下《上杉家本》)

大永5年(1525)~天文5年(1536)ごろの天文法華の乱(下京は全焼、上京も3分の1が焼失¹⁾)による被災以後(《町田家本》は被災以前)の景観で狩野永徳の作とされている。《町田家本》は中世の町家、《上杉家本》は近世を描写していると言われている²⁾。描写されたまちなみの正確さは、高橋康夫³⁾の考察により、ある程度の整合性があるものとして考える。

c) 《舟木家本洛中洛外図》(以下《舟木家本》)

江戸初期の元和2,3年(1616,1617)ごろ⁴⁾の京都を描いた。従来の洛中洛外図と異なる型(左端に徳川氏の二条城、右端に豊臣氏の方広寺大仏殿を描く)の構成になっている。

d) 《池田家本洛中洛外図》(以下《池田本》)

《舟木家本》とほぼ同時期につくられた⁵⁾。土佐派系の民間絵師によるとされている。《舟木家本》よりも京の町の広がりを感じさせる描き方である。ただし本調査では《池田家本》はその一部資料しか入手困難であったため、《舟木家本》の補足的役割として使用した。

e) 『京雀』・『京雀跡追』

この2冊は同シリーズで時期も近く(順に寛文5年(1665)と延宝6年(1678))、同じ店舗も記載されていると思われる。どちらも寛文以降急激に発展していった京都の町々、とくにその商工業者の繁栄ぶりを詳しく示した資料である。当時は条例により建物の構造が細かく規定されていた。まず初期に「三階建や、三間をこえる梁間を禁じ、周囲と見合う高さの整地を定める⁶⁾」との法令が出され、また二階の居室の天井高に関する制

*キーワード: 景観, 空間整備・設計, 土木史

**正員, 工修, ㈱丹青社大阪支店

(大阪府北区堂山町3番3号 日本生命梅田ビル9F
TEL06-6313-5291, FAX06-6313-5099)

***正員, 工博, 京都大学工学研究科

(京都府京都市左京区吉田本町,
TEL075-753-5123, FAX075-753-5123)

限⁷⁾も行われていた。これら法令は幕末から明治初年にかけて撤廃されるまで続いたようである。もちろん、建物様式にも大きな影響を与えていたと考えられる。

f) 『都の魁』

明治十六年十月に出版された石田有年による技術工商の絵図本である。京都市内の工商業を紹介しており、その一部の挿絵として250点もの店舗が描かれている。

3. 基本店構えタイプの分類

それぞれの絵図に描かれている店構えをもとに、基本的な店構えを分類した。このタイプ分類の指標としては、以下の2つを考慮した。つまり、店構え空間を「うち」「つなぎ」「そと」の3つに分割して把握すること、「うち」「つなぎ」領域間での〈視覚連続性〉〈行動連続性〉〈陳列性〉を見ることである。これによって町田家本から都の魁までの7絵図の店構えを10タイプに分類した(図-1、図-2)。

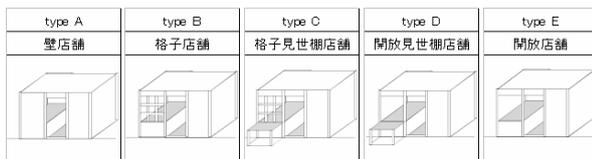


図-1 主に町田・上杉家本に現れる基本店構え

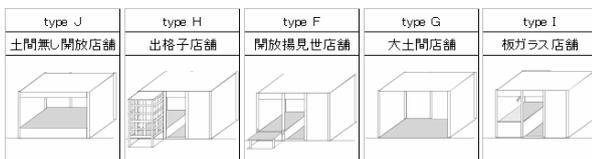


図-2 主に舟木家本・京雀・京雀跡追・都の魁に現れる基本店構え

「うち」・「つなぎ」・「そと」については、材野博司⁸⁾・和辻哲郎⁹⁾・伊藤ていじ¹⁰⁾の記述を参考にし以下のように定義した。すなわち「うち」は建物を保持する店主側の人々の存在領域であり柱で囲まれた建物内部、「そと」は不特定多数の人々が何の抵抗もなく踏み入れることができる店主の存在外の領域、「つなぎ」は「そと」にあるが建物の一部である領域(壁面、揚見世 etc...)とする。その店構えタイプに各業種がどのような使い方・装置の付随を行ったかを次に分析することで、各業種が店構えに及ぼす特徴が明確となる。

4. 店構え変遷タイプと業種

(1) 店構え変遷タイプについて

次に業種ごとの特徴(物理的・使い方)を調査し、どのような変遷をしたかを分析することにより、店構えに出現する業種の特徴の把握を行った。全ての絵図に掲載されていない業種は掲載されている絵図を基本に大ま

かな変遷を捉えた。その結果5種類の店構え変遷タイプが抽出された。以下に業種の一例として、扇屋について記述する。

a) 生鮮品タイプ

生鮮品を扱う店舗によく見られる変遷タイプで、「つなぎ」に商品を配置し「うち」にはあまり客をいれないスタイルが、時代が変わっても使われている。

(例) 魚屋、八百屋、例外として数珠商

b) 製造・販売同領域タイプ

商品を販売する場所で、同時に商品を製造している店舗に見られるタイプ。客には商品を見せるとともに製造風景も見せており、時代が変化しても店舗を開放させて外からの見えをよくしているパターンが多い。

(例) 烏帽子屋、扇屋、錫屋、麩屋、足袋屋

c) 典型タイプ(「つなぎ」から「うち」へ)

それぞれの時代に最も流行した店構えを踏襲した変遷タイプで、業種の特徴より店舗スタイルがメイン。商品が「つなぎ」から「うち」へと移行していき、明治時代で空間の分割使用が起こった。店舗で製造を行わずに他店から仕入れた品を販売する店舗によく見られる。

(例) 玩具屋、陶器屋、紙屋、弓屋、本屋、餅屋

d) 商品価値増(「うち」強固化)タイプ

時代を経るにつれて「うち」の空間を強固にしようと変遷したタイプ。このタイプは「つなぎ」と「うち」の〈行動連続性〉が減少していくケースが多い。老舗化。「うち」を強化するにつれて看板が増加する傾向にあった。また、このタイプの業種は典型タイプや製造販売同領域タイプを持ち合わせていることが多い。

(例) 漆器屋、餅屋、菓屋、呉服屋、扇屋

e) 「うち」から「つなぎ」タイプ

時代を追うごとに「つなぎ」から「うち」へと商品や客の位置が移動していく中で、それとは異なる動き(「うち」から「つなぎ」)を示したタイプである。

(例) 床屋

(2) 業種事例- 扇屋-

京都の扇は古くから京扇・京折と呼ばれもてはやされ¹¹⁾、『庭訓往来』(室町初期)には城殿扇子という名産物が記されている。高橋康夫によると¹²⁾、扇製造から販売までいくつかの「扇座」(扇地紙や骨を仕入れ、完成品に仕立てて販売する人々)という団体が存在し、本座・中座・下座という店舗営業の各組織があった。また、振売の「扇売り」がみられないことは広汎な扇の需要を背景に扇売りの地位が上昇して店舗商人となったのであろうとも述べている。

《町田家本》では扇屋は12店舗描かれている。そのうち9店舗が〈type C〉の格子見世棚店舗で、残り3店舗が〈type D〉の開放見世棚店舗であった(図-3)。

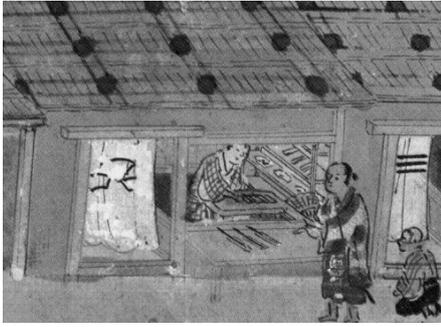


図-3 《町田家本》の扇屋



図-4 《上杉家本》の扇屋



図-5 《舟木家本》の扇屋

〈type C〉のうち、1店舗が両壁面に格子をいれた店舗で、もう1店舗が見世棚を2つ設置している。また、〈type D〉の方も片面に格子をいれ、見世棚も設置している。この店舗は〈type C〉と〈type D〉双方の特徴を備えているといえる。格子がある店舗では閉じた扇子を見世棚上に置き、開いた扇子を格子に取り付けて場所での役割を変化させている。また、開放見世棚店舗の一部には、図-3のように内部の壁面に棚を置いて材料を設置した使用が見受けられるが、この構成は江戸時代の多くの店舗に広まるものでこの時代では非常に珍しい。商品が「つなぎ」に陳列されて客が「うち」に入らないような《町田家本》ではオーソドックスな使用であるものの、それ以上のバリエーションが見受けられた。

《上杉家本》の扇屋は計2店舗で、双方とも開放見世棚店舗である(図-4)。その片方の店舗は、道に面した面の片方が格子と見世棚のバリエーションになっている。出入口には白地長暖簾が描かれている。これら店舗では、扇絵を描くための机が置いてある。図-4では、店舗の周囲に扇を持った人が数人おり、土間のほうを向いた店員となにやら会話をしている様子である。扇は表に箱に入れて販売していたのであろう。この上杉家本の扇屋は、商品は「つなぎ」に置かれるが、客は状況に応じて「うち」にも入るような使用であると言える。

《舟木家本》には2軒掲載。開放揚見世店舗2軒(図-5)。室町期の扇座の構成員は全て女性であったと記録¹³⁾されており、《町田家本》や《上杉家本》でも女性らしき人が店員をしている。《舟木家本》でも女性であろう。みせで製作する姿が描かれており、出来た扇が床几に置かれたと考えられる。出入口には白地長暖簾に「扇屋」という文字と扇紙の形の紋が描かれており、道からはこの暖簾と商品が見えただろう。軒には木製の暖簾のような日除けが取り付けられている。店舗は江戸時代のものに近いが、仕様法は《上杉家本》に近い。

『京雀』には開放揚見世店舗が1軒掲載されている(図-6)。この店舗は波の模様と思われる暖簾が軒下に掲げられている。また『京雀跡追』においても1軒掲載され、開放揚見世店舗1軒であった(図-7)。「そと」への宣伝も兼ねているのか、揚見世に店員が座り扇子紙を折る作業を行っている。この扇屋も女性店員であ

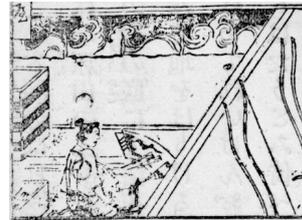


図-6 『京雀』の扇屋



図-7 『京雀跡追』の扇屋

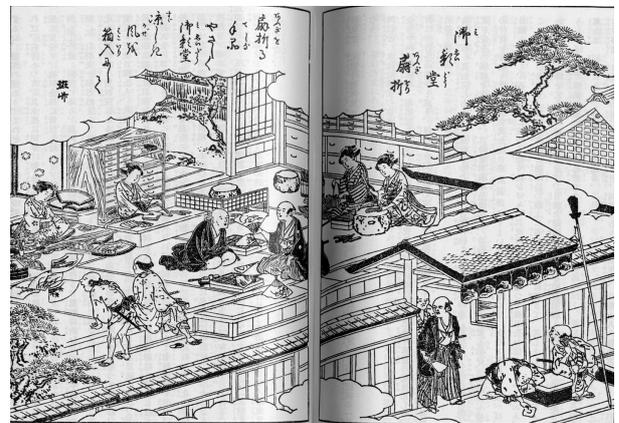


図-8 『都名所図会』の扇屋

る。客が内部に座ってその様子を観察しており、店舗使用の自由度が高い。ただ、商品としての扇子はおそらくみせの壁面に納められているのであろう。一方、京雀の方はあまり特徴がないのだが、波模様の暖簾に注目したい。都名所図会(秋里籬島著、竹原春潮斎信繁画、1780)に描写されている御影堂扇折にも波模様の暖簾が掲げられており、店舗形式は異なっているが、同列の店舗ではないかと考えられる(図-8)。御影堂扇については、平安時代末期、源平合戦で戦死した平敦盛の幼妻の清照姫が京都の御影堂に入って剃髪し尼となった折、生活の糧としてつくったのが始まりといわれている¹⁴⁾。その後、御影堂扇は名産として有名になり、慶長十八年の『新善光寺文書』に「当寺中に於て、年来扇細工仕られ候処に、門前の町人共、扇細工致し、御影堂扇と号し、商売仕る儀、迷惑の由、寺中より理り尤に候。」とあり、御影堂扇の名声が高まって付近の町人の間でも生産されていた様子が記されている。また、十返舎一九の『東海道中膝栗毛』にも「御影堂の扇」と書かれるように全国的なものであったことが伺える。都名所図会には扇紙に絵を描く者・扇紙を折る者・扇骨を加工して組み立てる

者・販売する者が描かれており、製造と販売が同場所で行われていた。また、建物が店構えではなく塀のある屋敷構えになっていることも、この扇商の権力や売り上げの良さを表している。

『都の魁』では開放揚見世店舗が2軒、土間無し開放店舗が2軒、屋敷構えが1軒で計5軒が掲載されている(図-9)。一店舗目では紺地の暖簾と長暖簾が吊るされ、店舗名が書かれてある。さらに表にアピールの強い大きな扇の看板が出されている。店舗内部は、みせの一部がえぐられたような形態をしており、広すぎたみせの間をより客と近づけるための仕様と考えられる。店内では店員が扇紙に骨を取り付けており、表に止まっている大八車には、大量の扇が積まれている。次の店舗でも製造をおこなっていたが、今までにないアルファベットを使用した看板が登場する。店舗の宣伝を行っていることには違いないが、特に外人の観光客向けに書いたものであろう。「MIYEIDO」の文字からは明治期においても御影堂扇の流れの店舗が営業していたことが伺える。このような大看板を掲げている一方で、太鼓暖簾ほどの大きさの紺地長暖簾も吊るしている。また、この店舗では土間がないことによって、店舗内部が完全に道に向いており、スムーズな接客が可能になっている。客がみせに上がったかどうかは判断できないが、この時代では独特の雰囲気をもっていた店舗であろう。

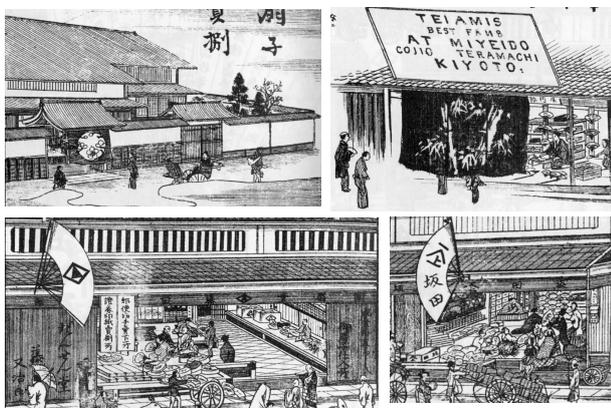


図-9 『都の魁』に描かれた様々な扇屋

扇屋の変遷を見ていく中で、この業種は特に店舗内の使用法が多彩であることが伺える。いかにも商品が配置して、作業と販売の効率をあげるかが早い時代から考えられていた。扇を選ぶ基準が描かれた絵であることから、扇を掲げておくことが宣伝にもなった。看板で大きな扇が設置されているのも、扇を買う行為が扇絵を見る行為と同等であったため、この看板が妥当であったと考えられる。扇は京都の名産として持てはやされた扇であるが、敷居を高くすること無く、あくまで庶民の生活道具として変遷していったと思われる。扇屋は組合があったことにも影響を受け、早くから店舗の様式が確立していた。それぞれの洛中洛外図での仕様は明らかに同時

代の他店とは異なり、むしろ一步先を行ったかのような形態であった。それは製造と販売が同領域で行われていた結果であり、販売のみに特化したと思われる店舗とは異なる様式を生み出していた。つまり扇屋の店構え変遷において重要な項目は、製造・販売領域の一致と、一貫して見られた扇絵を見せる行為であろう。また、考察になるが扇の製造風景も扇商の店舗使用の特色のひとつになっていたのではないかと。もし製造風景に価値を置かずに扇絵を客に見せたいのであれば、製造している人々よりも前に扇を掲げるべきである。しかし、実際の絵図を見ると決まって店舗の前のほうに製造人が座っており、それよりも後ろに扇が飾られているものが見受けられる。「室町期の扇座の構成員は全て女性であった」との記録もあるように見せる意識が高く、製造風景が一つの価値として認識されていたのではないかと。

5. まとめ

本研究は、京都における店構えの変遷について、室町時代以前と大正時代以降は様々な文献から大まかな流れを把握し、室町時代から明治時代までは町田家本から都の魁までの7絵図から導き様式の基本タイプを明確にした上で業種ごとの店構えの流れを導き、それらを統合して業種と店構えとの関係性を考察したものである。

抽出された店構えの変遷は、各業種の特徴と密接に関わり、商品を生かす形で変化していったことが分かった。今回記載した扇屋では扇という商品の特性が大きく店舗に現れ、製造と販売を両立する形で店構えが移り変わった結果、新しい価値を生み出してきた。結果、前述の店構えタイプそれぞれで変遷させる最重要要素が異なり、その要素はやはり業種の特徴を大きく反映していた。

参考文献

- 1) 京都市, 京都の歴史3—近世の胎動—, 京都市史編さん所, p562-p563, 1969. 10
- 2) 高橋康夫, 洛中洛外-環境文化の中世史-, 平凡社, p141, 1988
- 3) 高橋康夫, 洛中洛外-環境文化の中世史-, 平凡社, p191-p201, 1988
- 4) 相賀徹夫, 洛中洛外(二), 小学館, p10, 1983. 10
- 5) 相賀徹夫, 洛中洛外(二), 小学館, p12, 1983. 10
- 6) 高橋康夫・中川理, 京・まちづくり史, 昭和堂, p47, 2003
- 7) 京都町触研究会, 京都町触の研究, 岩波書店, p414-p418, 1996
- 8) 材野博司, かいわい, 鹿島出版会, p98, 1978
- 9) 和辻哲郎, 風土, 岩波書店, p173, 1979
- 10) 伊藤ていじ, 日本デザイン論, 鹿島出版会, p42-47, 1966
- 11) 榎田喜四夫, 京都庶民生活史, 鹿島研究所出版会, p327, 1973
- 12) 高橋康夫, 京町家・千年のあゆみ—都にいきづく住まいの原型—, 学芸出版社, p163-p167,
- 13) 相賀徹夫, 洛中洛外(二), 小学館, p18, 1983. 10
- 14) 組本社, 江戸時代人づくり風土記2 6 京都, 農山漁村文化協会, p67, 1988