

国土地理協会研究助成研究成果報告書
都市部同業者集積空間の文化的景観に関する研究
－東京都中央区日本橋横山町・馬喰町の間屋街地区に着目して－

研究代表者：柏原沙織（神奈川大学建築学部）

共同研究者：濱田愛（後藤・安田記念東京都市研究所）

1. はじめに

都市部に存在する様々な同業者集積空間は、集積する業種によって都市・建築空間の使い方に特徴が表れる、都市部ならではの文化的景観を形成している。しかし2004年以降、2023年までに72件選定されている重要文化的景観の多くは第1次産業関連であり、流通・往来・住居等を含む流動的だが生活・生業が表れる都市的な文化的景観の評価手法の検討が進められている（採掘・製造、流通・往来及び居住に関連する文化的景観の保護に関する調査研究会, 2010）（以下、文化的景観の保護に関する調査研究会）。こうした状況下、近年重要文化的景観に指定された葛飾区柴又では空間の流動性が評価されたように、変化しつつも生活・生業が滲み出る都市の文化的景観の重要性が認められている。文化的景観の保護に関する調査研究会(2010)の調査研究では、生活・生業の表現として商店街や問屋街も文化的景観の可能性のある地域と位置付けているが、これらの評価手法、保全・マネジメント方策は引き続き検討課題となっている。そこで本研究では、都市部ならではの文化的景観としての同業者集積空間を分析することで、市街地景観の街区・界限・場についての詳細な評価観点の抽出をめざす。

こうした都市部の同業者集積空間を検討するにあたっては、中小事業者の更新も重要な要因である。特に東京都の中小企業の割合は2016年時点で都の全企業数の98.9%を占め（中小企業庁, 2021）、我が国都市部の産業空間を議論する際には、中小規模の事業所が個別に更新する実態及び手法を検討していくことが不可欠である。更に戦後から高度成長期にかけて高度化してきた中小規模の事業所ビルは、現在の都市部産業空間の空間特性を司る一方で、更新の時期を迎えその空間特性の継承が問われている。

以上より、本研究は都市部の生業と結びついた同業者集積空間に見られる文化的景観のうち、文化的景観の保護に関する調査研究会（2010）が分類した「I.街区・界限・場>A.主に生業に関わる街区・界限・場>ウ.問屋の景観」の評価手法の方向性を示すため、同業者集積空間の景観を事業組織や商業活動・都市構造・建物等との関わりから記述・抽出することを目的とする。対象地区として、文化庁文化財部記念物課の調査で文化的景観としての価値が高いと判断された東京都中央区日本橋横山町・馬喰町地区（以下、馬喰横山地区）の繊維問屋街を取り上げる。

本報告は全8章で構成する。第2章で研究の枠組みを説明した後、第3章で研究対象地区の概要を整理する。第4章～第6章は馬喰横山地区の変遷（事業組織の変化とビル化、業種変遷）、と現況（現在の景観）についての調査結果と考察を記述する。第7章で前章までの内容を元に総合考察し、第8章で知見をまとめ、今後の課題を提示する。

2. 研究の枠組み

本研究は、同業者集積の動的な変遷と実態を捉えるため、地区スケールでの変遷と現況について調査を行った。変遷については、当該地区で最も古い問屋組織「横山町奉仕会」の年史資料（1958年、1983年発行）を基礎資料とし、事業組織、店舗建物のビル化、業種変遷を分析した。また問屋街景観の現況について、現地調査を行うと共に、老舗問屋へのデプスインタビューと、問屋街のリノベーションを手がける民間事業者へのヒアリング調査、リノベーション対象の物件視察を実施した。各章の位置付けと、それぞれの主な研究手法を表 2-1 に示した。それぞれについての詳細な研究手法は、各章の冒頭に記述している。

表 2-1. 研究の枠組み

変遷	現況
第 4 章：事業組織の近代化と店舗建物の高層化（文献調査、地図調査） 第 5 章：業種変遷（文献調査）	第 6 章：景観の現況（文献調査、民間事業者ヒアリング、現地調査、老舗問屋デプスインタビュー、民間事業者ヒアリング）

3. 馬喰横山地区の概要

3-1. 位置と歴史

東京都中央区日本橋横山町・馬喰町の問屋街地区は江戸期から続く繊維問屋の同業者集積空間である。東京駅の北東約 2km に位置しており、JR 馬喰町駅のほか、都営地下鉄新宿線馬喰横山駅、同浅草線東日本橋駅と 3 路線が利用可能な交通利便性の高い地区である。関東圏だけでなく全国的な販路を持つ問屋が集まる、「日本最大の現金問屋街」として知られている。本研究の対象地区は、問屋街の中核にあたる横山町大通り、横山町新道通りを中心に、江戸通り、馬喰横山町西通り、共栄会通りに囲まれた約 5.4ha の範囲とする（図 3-1）。



図 3-1. 研究対象地区

馬喰横山地区は、1689 年頃には既に町が形成され、江戸の繁栄とともに問屋が増加し始めた。1789 年に問屋は 19 件だったが 1827 年には 62 件の大問屋が記録されており、この頃に問屋街の基礎が築かれたようである。その後、幕府の株仲間解散令を経て問屋再興令の発令後にさらに増加し、1851 年には 132 件の問屋があった。当時の最多は小間物問屋(46 件)だった。次いで米問屋、薪炭問屋が多かったが、いずれも地区外へ移転または時代の流れで消え、1950 年代にはなくなった(横山町馬喰町問屋連盟, 1952)。明治期(1891)に入っても小間物問屋は東京市内でも横山町馬喰町が多数を占め(横山町馬喰町問屋連盟, 1952;横山町馬喰町問屋連盟, 1957)、昭和期まで小間物系の問屋が多かった。1984 年時点では繊維製品の問屋が多く(東京問屋連盟, 1984)、現在に至るまで繊維問屋街となっている。特に戦後の洋装化・既成服の普及を受け、1960 年代以降、業種別では婦人服が占める割合が大きくなった(柏原・濱田, 2023)。現在も婦人服・婦人用品・子供服店が多く集積している(柏原・濱田, 2021)。

3-2. 景観の変遷

馬喰横山地区の景観は、江戸から大正期にかけては土蔵と軒先から地面まで届く暖簾の町並みが見られた(図 3-2、3-3)。しかし 1923 年の関東大震災や昭和期の戦災で土蔵が崩れたことから、実用的な木造の店舗を建設して火災保険をかける形が主流となり(横山町馬喰町問屋連盟, 1957)、まち並みが大きく変わった(図 3-4)。1950 年代には不燃化事業で共同化が一部に進んだ(東京問屋連盟, 1967)。さらにその後、1960 年代の高度経済成長期にビル化した問屋が多い(濱田・柏原, 2022)。1968 年ごろの写真では横山町大通りはビル化した建物も多く見られる(図 3-5)。大型の袖看板のほか、屋上に設置された大型の塔看板も目を引く。一方新道通りは 2 階建ての低層の建物が多く、袖看板、テント看板、大型の帯看板が見られた。1990 年代の写真では多くの袖看板が突出し、狭い道路に活気のある景観が呈されていた(図 3-6)。2000 年代に問屋の数が減少し、空きビル・空室が目立つようになり、これらを活用したイベントが開催された。2010 年代以降は複数の敷地を統合した再開発ビル・マンションの建設が散見され、問屋街の景観が変容しつつある(図 3-7、3-8)。

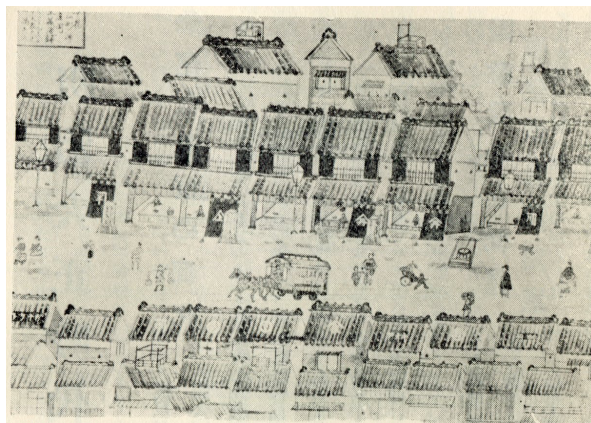


図 3-2. 明治～大正頃の横山町大通り
(横山町奉仕会, 1958)

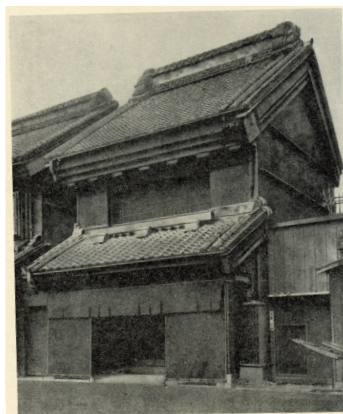


図 3-3. 明治時代の問屋の外観
(横山町奉仕会, 1968)



図 3-4. 1929 年ごろの横山町大通りの一部（横山町奉仕会，1958）



図 3-5. 1968 年頃の横山町大通り
（横山町奉仕会，1968）



図 3-6. 1990 年代の新道通り
（ハースト婦人画報社，1998）



図 3-7. 2021 年の横山町大通り



図 3-8. 2022 年の新道通り

4. 馬喰横山地区の変遷（1958～1983年）：事業組織の近代化と店舗建物の高層化

4-1. 方法

本研究では、対象地区内でも最も古い商業組織「横山町奉仕会（1933-）」が刊行した「横山町奉仕会 50 年史（以下、50 年史）」（1983 年刊行）及び「横山町奉仕会 25 年史（以下、25 年史）」（1958 年刊行）を基礎資料とした。50 年史の後半には、奉仕会に加盟する事業所に関する情報が 1 頁ずつ掲載されており、「住所」「代表取締役社長」「創業」「資本金」「従業員数」「店舗面積」「取扱品目」などの基礎的な項目に加え、代表者及び店舗の外観写真と、社歴の概要が文章で記載されている。基礎的な情報において 1983 年当時の企業概要を整理できるほか、社歴概要の欄を参照することで、創業時からの各企業の立地や代表者の変遷、取扱品目や出店戦略やビルの建設などの経緯を抽出することができる。

まず、各事業所に関して掲載されている情報から、1983 年当時の事業所数、本社所在地、資本規模、事業継承、高度化（ビル建設）の時期、業種構成の情報を抽出して集計・分析した^{注1)}。なお、事業経営に関する項目と高度化の関係を示すデータの比較には、Fisher の正確確率検定を用い、p 値の有意水準は $p < 0.05$ とした。

更に地図分析では、主に事業所が立地する日本橋横山町 1 番地～10 番地と日本橋馬喰町一丁目 1 番地、5 番地、6 番地を対象に、1982 年刊行の「ゼンリンの住宅地図」（日本住宅地図出版、1982）に上記で抽出した項目ごとにプロットし、地区スケールでの空間的な立地展開を考察した（図 4-1）^{注2)}。



図 4-1. 地図分析の対象範囲¹⁴⁾（国土地理院・基盤地図情報を加工して作成）

4-2. 事業経営の実態

4-2-1. 全事業所数、本社所在地、資本規模

50 年史に掲載されていた全 141 件の事業所のうち、飲食業、金融業の 2 件を除いた、139 件の衣類・繊維関係業の事業所を対象として分析を実施した。そのうち約 8 割にあたる 112 件は本対象エリアに本社が立地しており^{注3)}、約 1 割にあたる 15 件は近隣区の中央区、千代田区、台東区に本社が立地していた（表 4-1）。

表 4-1. 本社の立地

本社所在地	件数
対象地区内（同地）	112
中央区	2
千代田区	8
台東区	4
23区（上記以外）	7
関東近郊（行田市）	1
東海（名古屋市）	1
関西	3
四国（今治市）	1
計	139

また、複数店舗の対象エリア内外の立地展開を図 4-2 に示す。50 年史に記載されている事業所住所の欄を参考に算出した^{注4)}のものであり、複数店舗の住所が記載されていたものは約 47% の 65 件に及ぶ。内、対象エリア内に複数店舗をもつもの（b-1-1、b-1-2）は 22 件あり、本社以外の事業所は「支店」や「営業所」のほか、「工場」、「配送センター」などを対象エリア外に立地させている事業所などが確認できた。対象地域内に売場を幾つか設ける場合は、商品の品目別で店舗を立地させている例も複数見られた。

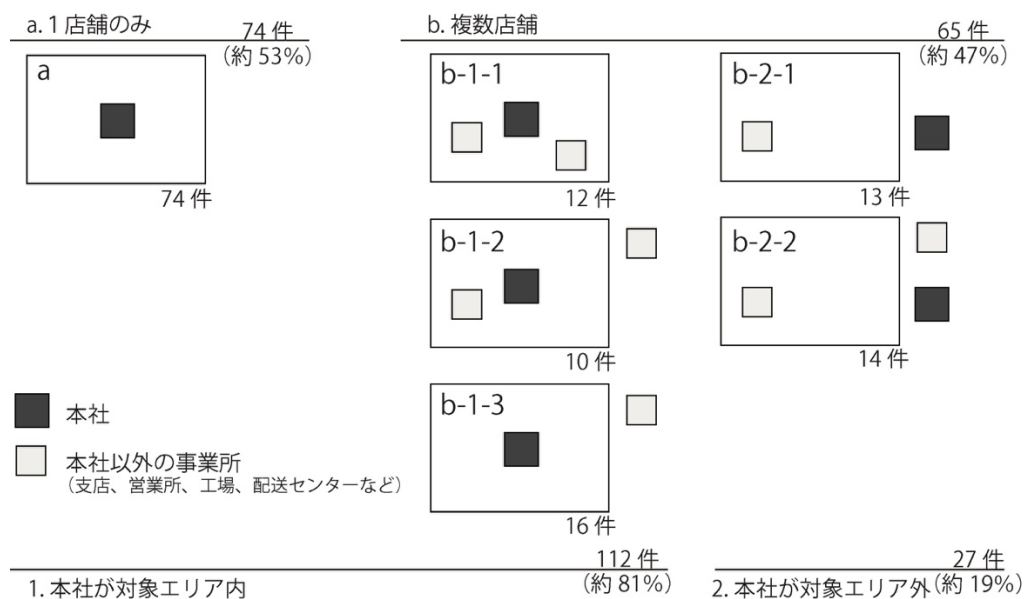


図 4-2. 複数店舗の展開タイプ概念図

以上をふまえると、1980 年代当時の対象地では、近代的な商店空間であるショールームとしての営業所機能と、本社という問屋の中核業務機能が混在して集積していたと推測される。

各事業所の資本規模は、1,000万円以上5,000万円未満が51件（約37%）と多くの割合を占め、次いで100万円以上500万円未満が46件（約33%）となっており^{注5)}、中規模及び小規模の資本規模に二極化している傾向が見られた（表4-3）。

表4-2. ビル化と資本

ビル化	件数	資本金平均 (万円)
有	66	3999.6
無	72	1818.9
ビル化	件数	継続年数平均 (年)
有	65	53.2
無	72	42.0

表4-3. 資本規模別のビル化の特徴

資本規模 (万円)	ビル化有	ビル化無
10,000 ≤ (資本金)	7件 (11%)	3件 (4%)
5,000 ≤ (資本金) < 10,000	3件 (5%)	6件 (8%)
1,000 ≤ (資本金) < 5,000	34件 (52%)	17件 (24%)
500 ≤ (資本金) < 1,000	7件 (11%)	12件 (17%)
100 ≤ (資本金) < 500	14件 (21%)	32件 (44%)
(資本金) < 100	1件 (2%)	2件 (3%)

表4-4. 継続年数別のビル化の特徴

継続年数 (年)	ビル化有	ビル化無
90 ≤ (継続年数)	3件 (5%)	3件 (4%)
70 ≤ (継続年数) < 90	5件 (8%)	8件 (11%)
50 ≤ (継続年数) < 70	24件 (37%)	15件 (21%)
30 ≤ (継続年数) < 50	28件 (43%)	24件 (33%)
10 ≤ (継続年数) < 30	5件 (8%)	16件 (22%)
(継続年数) < 10	0件 (0%)	6件 (8%)

4-2-2. 事業継承の実態

事業継続年数は、「創業」の欄に記載されている年号と、50年史が刊行された1983年との差分で計算した^{注6)}。事業継続年数が30年以上70年未満の事業所が91件と約65%を占め、19件は明治期以前の創業となっており、一方で創業後10年未満の事業所は6件のみであったことから、当時奉仕会に加盟していた事業所に関しては比較的中長期的に事業継続してきたものが多かったことが明らかとなった（表4-4）。

さらに事業組織の法人化時期について、個人経営から合同会社、有限会社、株式会社などに改組した年号を整理したところ、1930年以前が14件、1940年代前半が12件、1940年代後半が30件、1950年代が50件、1960年代が9件、1970年代が10件、不明14件であった。終戦直後から1950年代にかけて個人営業から会社組織へ改組する動きが多かったことが明らかとなった。

事業継承に関しては、1代目48件、2代目53件、3代目9件、4代目以上9件、記載なし20件となっており、1代目を除く91件のうち約76%（69件）は、世襲による事業継承が見られた。戦後を経て事業組織としての近代化が進む一方で、家業による同族経営の傾向が依然強かったことが窺える^{注7)}。

4-3. 高度化（自社ビル化）の実態

建物の個別更新による高度化と業態の関係を考察するため、自社ビル建設を巡る事業所の動向に関して、資本規模と事業継続年数に着目し整理した^{注8)}。ビル化した事業所は、ビル化していない事業所と比べて、資本金、継続年数ともにその平均値が大きかった（表4-2）。また、ビルの建設年代は、算出可能であった65件中、1930年代以前が3件、1940年代が1件、1950年代が11件、1960年代が27件、1970年代が15件、1980年代が8件となっており、約42%が高度成長期であった1960年代に建設されていた。

資本規模別の傾向を見ると（表4-3）、ビル化した事業所の約7割は1千万円以上の資本を有するのに対し、ビル化していない事業所の約6割は1千万円未満であり、資本規模によってビル化の有無に有意差が見られた（ $p=0.003$ ）。継続年数別の傾向を見ると（表4-4）、ビル化した事業所の約8割が30年以上70年未満の継続年数だったのに対し、継続年数が30年未満の事業所に関してはまだビル化されていない傾向が見られ、継続年数においてもビル化の有無に有意差がみられた（ $p=0.009$ ）。

ビル化の背景として、昭和30年から40年頃の「不燃化計画」によるもの（紳士服、紳士用品, 50年史 p.339 他）や、売り場面積の拡大による業態や業容内容の多彩化（靴下、手袋、肌着, 同 p.312 他）、隣接ビルの買収による店舗の拡張（婦人服、婦人洋品、子供服, 同 p.264 や、紳士服、紳士用品, 同 p.267 他）等の記述が確認できた。併せて協同組合東京問屋連盟による1967年の記述においても、「（前略）売場を立体的に拡張したということは、従業員の増加と共に事業の大規模化が行なわれたのであって、店の発展を物語っていることになる。」（共同組合東京問屋連盟, 1967, p.7）、「売場を立体化するか、売場をいくつも設ける外に、今のところ発展の方向がない。」（同, p.8）などとあり、既往研究で報告されていた不燃化の動きを受けた高度化が確認できた他、戦後や高度成長期を経て事業が軌道に乗り、十分な資金を得た事業所が、床面積を確保し事業経営をより発展させるための戦略の一つとしてビル建設による高度化を位置づけていたことが窺える^{注9)}。

4-4. 事業経営の実態と空間形成

4-4-1. 資本規模、事業継承と空間形成

4-1-1で分析した各事業所の事業経営の実態に関して、資本規模および創業年をそれぞれ住宅地図上にプロットし、1983年当時の地区スケールでの立地展開を示した。

まず、資本規模別の立地を見ると（図4-3）、資本規模が小規模の事業所は比較的建築面積も小さい傾向が見られ、特に馬喰町横山町仲通りと清洲橋通りで挟まれた中央部の街区に多く集積している傾向が見られた。街区を貫通している建物形状のものや、建築面積規模の大きいものは、資本規模も大規模から中規模の事業所が多い。なお資本規模の大きい事業所が集中している街区が見られるが、これは資本規模が大きい事業所が、その近隣に複数の店舗を展開していることが一因であると考えられる。

続いて、創業年別の立地を見ると（図4-4）、横山町大通り沿い中央部に面する間口の大きい店舗や街区を貫通する形状の店舗は明治以前、大正期の創業が多く、周縁の街区に戦後以降に創業したものが立地していた傾向が読み取れる。

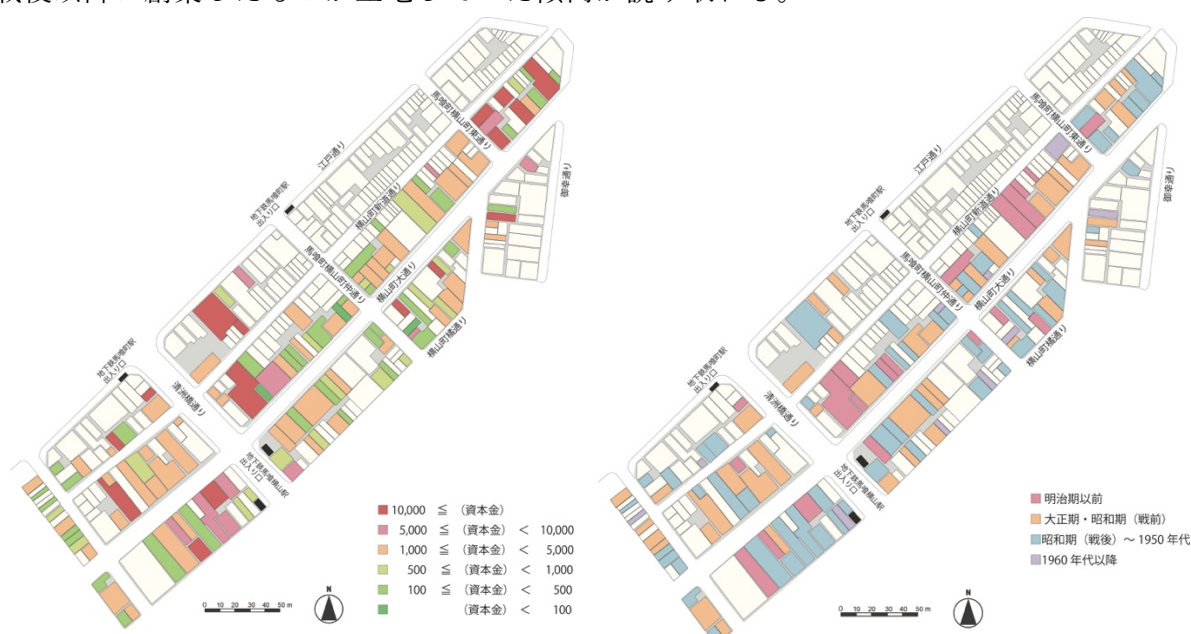


図 4-3. 資本金別の事業所立地（1982 年
ゼンリン住宅地図を元に筆者作成）

図 4-4. 創業年別の事業所立地（1982 年
ゼンリン住宅地図を元に筆者作成）

4-4-2. 業種構成と空間形成

次に、業種構成の実態を分析するため、取扱品目等を参照し、各事業所の業種を 12 項目に分類し^{注 10)}、継続年数、資本金の平均とビル化の割合を算出した（表 4-5）。対象地の事業所においては、「婦人服、婦人洋品、子供服」の業種が最も多く、次いで「作業着、スポーツ、学生服」や「総合衣料卸」が多く立地していた。また、「帽子」、「洋傘、ショール」、「タオル、スカーフ、寝具」や「靴」などの服飾小物や雑貨を取り扱う業種は、少数ながらもその専門性や独自性を維持しながら取扱品目を棲み分けていた様子が見られた。

それぞれの業種別の平均継続年数を参照すると、「贈答品、雑貨、装粧品」の業種の平均継続年数が大きく明治以前から継承されてきた老舗が多い。一方で、「婦人服、婦人洋品、子供服」は比較的継続年数が少なく新規に台頭した業種と考えられる。資本金の平均額に関しては、「総合衣料卸」及び「タオル、スカーフ、寝具」の業種の資本が大きく、「作業着、スポーツ、学生服」や「靴下、手袋、肌着」の資本が小さい傾向が見られた。

ビル化率については、「総合衣料卸」が最も高く、「作業着、スポーツ、学生服」が最も低い割合となっていた。次に各業種の立地を見ると（図 4-5）、平均資本金額の大きい「総合衣料卸」や、平均継続年数の大きい「贈答品、雑貨、装粧品」の業種が、建築面積が大きく横山町大通り沿いの中央部に広く間口を取っているなどの特徴が見られた。また「靴」は北部の街区に多く、「靴下、手袋、肌着」は比較的中央部の街区に立地しているなど、業種ごとの立地特性も読み取れる。

表 4-5. 各業種の平均資本金額、平均継続年数、ビル化率

業種	継続年数 平均(年)	資本金 平均(万円)	ビル 化率	件数
婦人服、婦人洋品、子供服	32.2	3144.2	33%	30
作業着、スポーツ、学生服	42.4	636.5	22%	18
総合衣料卸	54.1	8799.2	75%	16
紳士服、紳士用品	44.5	1375	67%	12
靴下、手袋、肌着	53.3	617.3	55%	11
呉服、和装関連品	43.3	890	30%	10
靴	55.4	1013.9	60%	9
贈答品、雑貨、装粧品	80	3525	56%	8
タオル、スカーフ、寝具	51	7435	63%	8
帽子	53	916.7	50%	6
洋傘、ショール	48.7	2033.3	67%	3
その他	54.2	1300	33%	6
総計	51.0	2640.5	47%	137

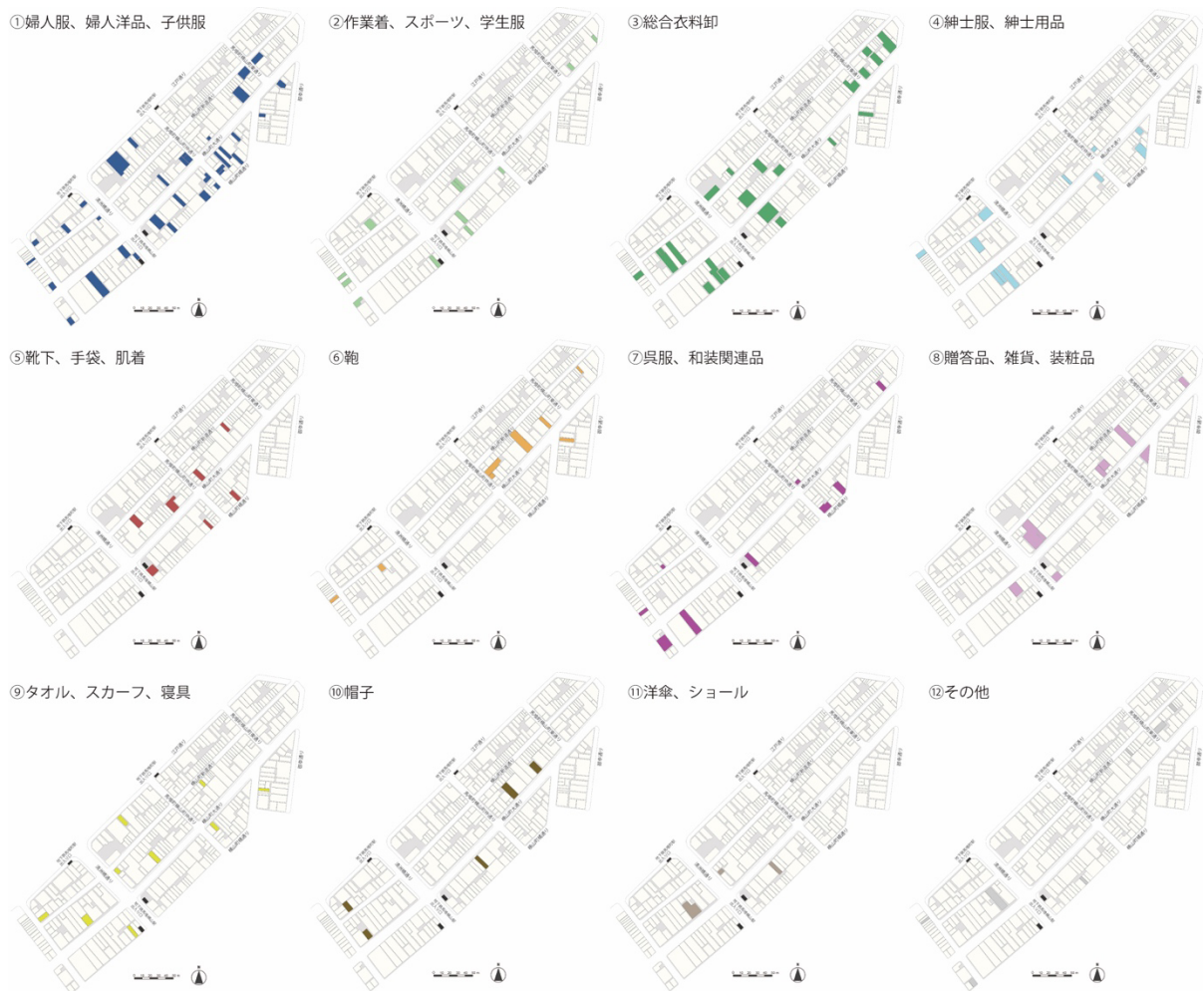


図 4-5. 業種別の事業所立地（1982 ゼンリン住宅地図を元に筆者作成）

それぞれの業種別の平均継続年数を参照すると、「贈答品、雑貨、装粧品」の業種の平均継続年数が大きく明治以前から継承されてきた老舗が多い。一方で、「婦人服、婦人洋品、子供服」は比較的継続年数が少なく新規に台頭した業種と考えられる。資本金の平均額に関しては、「総合衣料卸」及び「タオル、スカーフ、寝具」の業種の資本が大きく、「作業着、スポーツ、学生服」や「靴下、手袋、肌着」の資本が小さい傾向が見られた。ビル化率については、「総合衣料卸」が最も高く、「作業着、スポーツ、学生服」が最も低い割合となっていた。

次に各業種の立地を見ると（図 4-3）、平均資本金額の大きい「総合衣料卸」や、平均継続年数の大きい「贈答品、雑貨、装粧品」の業種が、建築面積が大きく横山町大通り沿いの中央部に広く間口を取っているなどの特徴が見られた。また「靴」は北部の街区に多く、「靴下、手袋、肌着」は比較的中央部の街区に立地しているなど、業種ごとの立地特性も読み取れる。

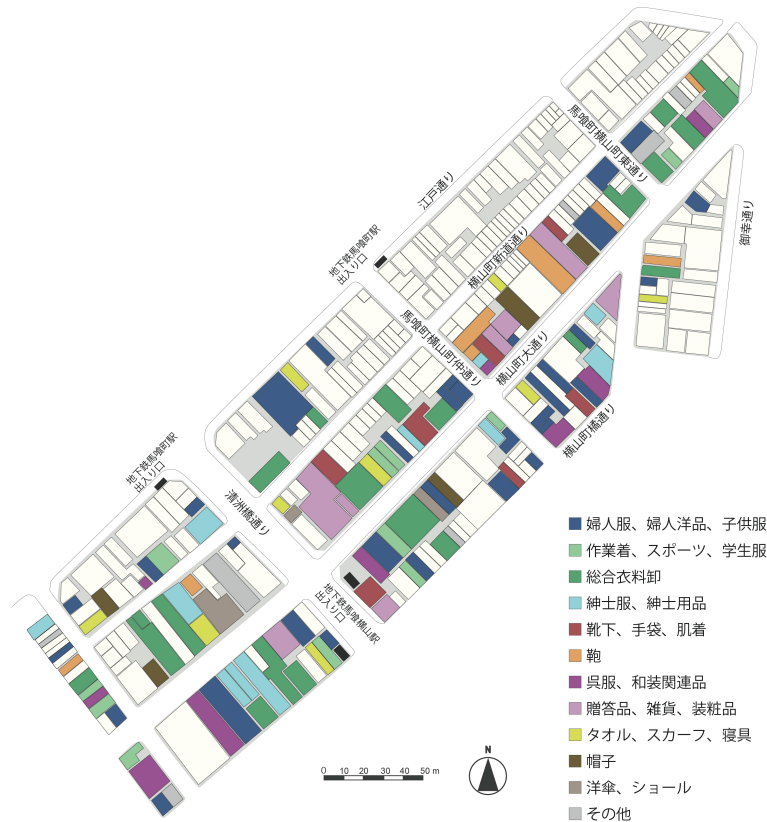


図 4-3. 業種別の事業所立地 (1982 ゼンリン住宅地図を元に筆者作成)

4-5. まとめ

事業経営の実態に関して、1980年代当時の対象地では、営業所機能と、本社機能が混在して集積しており、中規模及び小規模の資本規模に二極化している傾向が見られた。戦後から1950年代にかけて事業組織としての近代化が進む一方で、家業による同族経営の傾向が依然強かったことが窺えた。問屋街空間の高度化については、組織の改組に追随する形で、1960年代にビル化が進んだと推測される。個別の事業所の更新において、都市計画による不燃化の動きの影響や、資本規模が大きい事業所を中心に床面積の獲得などを目的とした事業発展の戦略や象徴として高度化が位置づけられていたと考えられる。

また地区スケールでの事業経営と空間形成の関係をみると、資本規模の観点からは、資本規模の大小に応じて建築面積や形状、立地にも特徴が見られたほか、事業継承の観点からは横山町大通り沿い中央部に面する街区は老舗が多く、比較的新規に参入した事業所は周縁部の街区に立地するなどの違いが見られた。業種構成の観点からは、平均資本金額の大きい業種や、平均継続年数の大きい業種が、建築面積が大きく横山町大通り沿いの中央部に広く間口を取っているなどの特徴が見られた。また、雑貨関係の業種では取扱い品目の専門性が高く、それぞれの業種ごとに対象地区内での立地傾向の違いも読み取れた。

以上より、対象地の問屋街地区の近代化において、建物単体としてのビル化の実態に資本規模や経営戦略などの個々の事業所としての業態との関係が見られたほか、地区スケールにおいても個々の業態や業種に沿った問屋街地区の空間形成がなされていたと考えられる。

今後の課題として、事業所の立地移動と都市計画の関係が挙げられる。1923年に発生した関東大震災後の土地区画整理事業（呉服、和装関連品、同 p.263 他）や、1970年代の都営地下鉄 10 号線（現・新宿線）の工事着手（作業着、スポーツ、学生服、同 p.368 他）等の都市計画の影響で対象地区内部または近辺で立地移動を実施しながらも、事業を継続している事業所も複数確認できた。都市計画が直接的、間接的に産業活動の継続に与えた影響についての検証が求められる。

更に、本研究で着目した垂直軸の床面積確保手段としてのビル化に加え、水平軸における隣地買収や複数店舗展開の動向分析、業種別の建築面積など、問屋街地区の空間形成に影響する他要因についての検討が必要である。また、時代の需要や従前の業種に応じた各事業所の業種転換の傾向や、地区内の買い回り動線や取引方法を捉えることで、特有の事業実態に伴う空間形成の考察が可能である。

5. 問屋街地区の変遷（1958～1983年）：業種の転換

5-1. 方法

基礎資料として、1958年発行の25年史と1983年発行の50年史を用いた。当該資料には会員問屋の社歴等の概要が掲載されており、本稿では「取扱品目」から業種を特定し、1958年と1983年の状況を比較した。25年史には137件、50年史には141件の情報が掲載されている。25年史は137件中、銀行・旅館・食堂の3件を除いた問屋134件を、50年史は飲食業、金融業の2件を除いた139件を分析対象とした。

取扱品目の分類は、2-2で行った分析の業種12分類（婦人服・婦人洋品・子供服、作業着・スポーツ・学生服、総合衣料卸、紳士服・紳士用品、靴下・手袋・肌着、呉服・和装関連品、鞆、贈答品・雑貨・装粧品、タオル・スカーフ・寝具、帽子、洋傘・ショール）に加え、25年史に多く見られた2品目（材料[織物・縫糸・毛糸・レース]、メリヤス・布帛製品）と、上記分類に含まれないもの（その他）の15分類とした。134件中86件は複数の品目を取り扱っていたため、取扱品目の変化類型はこれらの組み合わせの変化を確認・整理し、維持、転換、一部転換、拡大、縮小、縮小・特化、不明、の7類型を得た（表5-2）。

取扱品目別の消費者の需要動向については、文献（東京問屋連盟，1967；古川，1983；吉田，1975；矢野経済研究所，1975；矢野，1983；矢野，1981；矢野，1982；一親会半世紀のあゆみ編纂委員会，1984）の記述および統計資料（昭和35年国勢調査，昭和55年国勢調査）から判断した。

5-2. 1950～1980年代の繊維製品を取り巻く消費需要の動向

戦後すぐは戦時中の繊維統制が1950年まで残っており、事業者は統制対象外の商品しか扱えなかった。そのため、メリヤス問屋が小間物や荒物を、帽子問屋がわかめの樽詰めやセルロイド製品を販売するなど、繊維問屋でも手に入る統制外品を販売して営業を継続した（横山町奉仕会，1958）。1950年に大部分の繊維製品の統制が解除された後、女性の洋装の流行と既制服の普及が大きな変化として現れた（横山町奉仕会，1958；東京問屋連盟，1967）。1951～1957年頃は都市居住世帯の衣料消費量が戦前を上回り衣料の一定

の充足を見たことから、1958年～1962年は実用からデザイン・色・価格・品質などおしゃれ志向が重視されるようになり、婦人服の流行は変化が速かった（横山町奉仕会、1958）。既製の普及は国民の手持ちの衣料枚数の増加に加えて、家庭の裁縫時間の減少にも繋がった。特に若者はほとんどが仕立て服ではなく既製服を選択していた（東京問屋連盟、1967）。1963年以降は様々な商品が進出して服飾が多様化し、鞆・ハンドバッグ、アクセサリなどの衣料関連品が急激に伸びた（東京問屋連盟、1967；横山町奉仕会、1968）小売店を取り巻く環境も変化し、スーパーやディスカウントストアなど大型店舗が増加し、扱い商品も一段と細分化される傾向が強まった。問屋側もこうした変化に対応し、大型店は総合化に向かう一方、小型店は専門商品を揃えて客にアピールするようになった（横山町奉仕会、1968）。1971～1981年にかけては衣料品のカジュアル化が進んだ（横山町奉仕会、1968）。1973年の第一次石油危機を契機とした不況では消費者の衣料購入が戦後初めて実質的に減少し（吉田道夫、1975）、和服、下着、付属品市場が大きく変化した。婦人服は不況に関係なく成長した（古川、1983；吉田、1975）。1971年と比較して1981年には紳士服・婦人服ともに消費量が1.6倍、1.3倍に増加している（古川、1983）。問屋側では1960年代後半から経営の合理化・効率化が検討されていたところ（横山町奉仕会、1968）、石油危機でその動きが加速した。消費者が多様化し、小売店の客志向の流れの中で、問屋も得意先の小売店への対応が必要になってきた。そのため横山町の間屋はアイテム増で対応していたが、1983年当時には売場面積の制約、品物増で在庫回転の低下、ロスの増大等の問題を抱えるようになっていた（三露、1983）。

5-3. 横山町奉仕会会員の業種変遷

5-3-1. 主要取扱品目の変化

全体の傾向を把握するため、25年史、50年史の「主要取扱品目」で記載されていた品目の取扱事業所数を比較した（表5-1）。なお、多くの事業所で複数種類の品目を扱っており、各取扱品目の事業所数はのべ数で算出しているため、合計は総事業所数とは一致していない。

加盟店全体に対する取扱店の割合の変化率は、婦人服・婦人用品・子供服（+8.3%）と呉服・和装雑貨（+4.9%）、鞆（+1.2%）が増加した一方、他の品目は件並み減少していた。特に変化率が大きかったのは、メリヤス・布帛製品の-19.0%である。1958年時点ではほぼ同数だった婦人服・婦人用品・子供服とは対照的である。

1958年時点の品目別取扱事業所数に対する増減率では、材料、メリヤス・布帛製品、洋傘・ショールがいずれも50%以上減少した。また、タオル・寝具、作業衣・学生服・運動着はいずれも30%前後減少していた。

表 5-1. 取扱品目別の事業所数

主要取扱品目	1958		1983		変化率	増減率
	件	%	件	%		
婦人服・婦人用品・子供服	39	29.1%	52	37.4%	8.3%	33.3%
メリヤス・布帛製品	37	27.6%	12	8.6%	-19.0%	-67.6%
作業衣・学生服・運動着	29	21.6%	20	14.4%	-7.3%	-31.0%
紳士服・紳士用品	22	16.4%	20	14.4%	-2.0%	-9.1%
装粧品・雑貨・贈答品	22	16.4%	17	12.2%	-4.2%	-22.7%
タオル・寝具	18	13.4%	12	8.6%	-4.8%	-33.3%
靴下・手袋・肌着	17	12.7%	13	9.4%	-3.3%	-23.5%

洋傘・ショール	15	11.2%	7	5.0%	-6.2%	-53.3%
材料	10	7.5%	3	2.2%	-5.3%	-70.0%
帽子	9	6.7%	6	4.3%	-2.4%	-33.3%
鞆	8	6.0%	10	7.2%	1.2%	25.0%
呉服・和装雑貨	5	3.7%	12	8.6%	4.9%	140.0%
加盟問屋総数	134	-	139	-	-	

5-3-2. 変化の種類

25年史の134事業所で50年史に記載があった73事業所中、7割以上の54件が取扱品目を変化させていた。7種類の件数を表2、各変化類型での取扱品目の組み合わせの変化を表5-3に示す。最も多かったのは「縮小・特化」(21件)、次いで「維持」(18件)、「拡大」(14件)だった。

表 5-2. 取扱品目の変化類型 (1958-1983)

変化類型	変化の内容	変化の例	件数 (%)
維持	変化なし	Ⓐ → Ⓐ	18 (13.4%)
転換	異なる品目に変化	Ⓐ → Ⓑ	6 (4.5%)
一部転換	取扱品目数は同じで、一部の品目を維持しつつ、別の品目を追加	Ⓐ + Ⓑ → Ⓐ + Ⓒ	9 (6.7%)
拡大	既存の品目を維持しつつ、取扱品目を追加	Ⓐ + Ⓑ → Ⓐ + Ⓑ + Ⓒ + Ⓓ	14 (10.4%)
縮小	複数品目を扱っていたが、取扱品目を削減	Ⓐ + Ⓑ + Ⓒ → Ⓑ + Ⓒ	3 (2.2%)
縮小・特化	縮小のうち、特定の品目に専門化	Ⓐ + Ⓑ → Ⓐ	21 (15.7%)
不明	商店の同一性が確認できず	-	2 (1.5%)
50年史に記載なし			61 (45.5%)
総計			134 (100.0%)

複数品目を扱っていたが取扱品目数を削減して単一の品目に特化した縮小・特化が最も多かった。特化先の取扱品目は鞆(6件)が最多、次いで作業着・スポーツ・学生服(4件)、婦人服・婦人用品・子供服、紳士服・紳士用品、タオル・スカーフ・寝具(各2件)となった。一方、特化の過程で扱われなくなった品目は贈答品・雑貨・装粧品が6件と最多で、靴下・手袋・肌着、材料、メリヤス・布帛製品(各4件)、婦人服・婦人用品・子供服(2件)と続いた。

複数の取扱品目のいずれかが除外された縮小は3件だった。縮小の過程で除外された品目は、婦人服・婦人用品・子供服、靴下・手袋・肌着、呉服・和装関連品、材料が各1件だった。

取扱品目が変わらなかった維持は18件中、帽子が3件の他、特に偏りは見られなかった。婦人服・婦人用品・子供服、作業着・スポーツ・学生服、靴下・手袋・肌着、「洋傘・ショール+贈答品・雑貨・装粧品」、総合衣料卸^{注11)}が各2件、紳士服・紳士用

品、靴、メリヤス・布帛製品、その他、「紳士服・紳士用品＋作業着・スポーツ・学生服」が各1件だった。

既存の業種を維持しつつ取扱品目を拡大した店は14件あった。総合衣料卸になった事業所が6件と最多だった。既存の取扱品から追加された品目は、贈答品・雑貨・装粧品と材料が各3件、作業着・スポーツ・学生服と呉服・和装関連品が各2件と続いた。

複数の取扱品目のうち、一部転換した事業所は9件だった。除外された品目は材料が4件で最多だった。追加された品目は贈答品・雑貨・装粧品(3件)、婦人服・婦人用品・子供服とタオル・スカーフ・寝具(2件)と続いた。

異業種に転換した事業所は6件あった。転換元ではメリヤス・布帛製品が4件、転換先・追加された品目は贈答品・雑貨・装粧品(3件)、作業着・スポーツ・学生服、靴下・手袋・肌着、タオル・スカーフ・寝具(各2件)だった。

50年史に記載のなかった61件を取扱品目別に見ると、婦人服・婦人用品・子供服を扱っていた事業所(複数取扱含む。以下同)が36.1%で最多であり、作業着・スポーツ・学生服(24.6%)、紳士服・紳士用品(21.3%)、贈答品・雑貨・装粧品(19.7%)、メリヤス・布帛製品(19.7%)、靴下・手袋・肌着(18.0%)、タオル・スカーフ・寝具(16.4%)と続いた。

5-3-3. 1983年の業種別事業者の残存状況

1983年の業種別に変化類型を見ると、靴と作業着・スポーツ・学生服は「縮小・特化」が最多であり、総合衣料卸は「拡大」、帽子は「維持」が最多だった。婦人服・婦人用品・子供服、紳士服・紳士用品の変化類型に偏りは見られなかった(表5-4)。

1958、1983年共に記載のあった業種別事業所数の、1983年時点の業種別事業所数に対する割合(業種別残存率)は「その他」の16.7%から「帽子」の100.0%まで開きがあり、新規参入者の入り込み状況には業種で大きく差があったことがわかる。

表5-3. 変化類型別の取扱品目の変化

5-4-1. 全体の变化の動向

1958年から1983年の25年間で、奉仕会会員の半数以上が入れ替わっていた^{注12)}。残存した問屋の多くは取扱品目を変化させていたが、その中では特定の品目に注力した問屋（特に鞆、作業着・スポーツ・学生服）が多く、維持していた問屋も一定数存在した。

1983年の資本金を変化類型別に確認すると、拡大が10,680.1万円と最も高かった（表5-5）。資本金が大きい事業所は面積も大きい傾向にあり（濱田・柏原, 2022）、多くの品目を取扱い総合化する戦略は資本金の大きい事業所で選択できたと考えられる。一方、縮小・特化した事業所は1,111.9万円と平均の2861.9万円を大きく下回った。比較的小規模な事業所は、専門商品を揃えて特徴を出す方向へ向かったようである。

表 5-5. 変化類型別の 1983 年の平均資本金額（万円）

拡大 (14 件)	一部転換 (9 件)	維持 (18 件)	縮小・特化 (21 件)	縮小 (3 件)	転換 (6 件)
10,680.1	2,242.2	1,943.9	1,111.9	1,042.7	746.7

5-4-2. 需要が拡大傾向にある業種の戦略

婦人服・婦人用品・子供服は取扱事業所数が増加している一方、1983年に継続していた事業所の残存率は23.3%に留まっており、1958～1983年の間にかなり淘汰が進んだ。戦後に進んだ婦人の洋装化は、石油危機の不況中も変わらず、常に大きな需要があった業種である。メリヤス・布帛製品と婦人子供セーターを扱っていた事業所が婦人ブラウス、セーター、ジャケットへ縮小・特化した例、材料（糸）の事業所が婦人服を扱うようになった一部転換の例など、異業種からの流入も見られた。残存した事業所の変化類型は偏りが無いが、大きな需要が追加対象の品目として選ばれやすかったと考えられる。

紳士服・紳士用品は微減、残存率は75.0%と高かったが、変化類型に特徴は見られなかった。婦人服と同様に洋装化、既製服の普及といった影響はありつつも、ワイシャツやネクタイ等はデザインや素材は変わってもそのもの自体に大きく変化はない（東京問屋連盟, 1967）。1971～1981年にかけて需要も増加している一方、婦人服ほど流行の変化が速くなく、競争は少なかったと推察される。

作業着・スポーツ・学生服（38.9%）は縮小・特化が多く、転換先の1品目としても選ばれた。特にスポーツウェア・運動具は1960年代には東京五輪を受け成長への期待感があり（東京問屋連盟, 1967）、スポーツ市場が多様化したことで1975年の不況時も新規参入の傾向が顕著だった（矢野経済研究所, 1975）。多様なアイテムがそれぞれ機能的な独自性を持っており競争が分散したため（矢野, 1983）、縮小・特化の戦略が有効だったと思われる。

贈答品・雑貨・装粧品は減少傾向にあるものの、残存率が66.7%と一定程度高く、転換が多かった。装粧品は「婦人の身につけるもの全部（東京問屋連盟, 1967, p.106）」と取扱範囲が広く、1967年時点で将来有望な業界と見做されており（東京問屋連盟, 1967）、需要に惹かれて転換した店舗があったと推察される。

5-4-3. 一定の需要がある^{注13)}業種の戦略

残存率が70.0%と高かった鞆も縮小・特化が有効だったといえる。鞆は学用や旅行用など安定した需要があり、1つの型が大体10年続くなど（東京問屋連盟, 1967）、衣料

品に比べて流行に左右されにくい品目だったようである。このことから、特化先の品目として選択された可能性がある。

残存率 100.0%だった帽子は維持が多く、拡大や一部転換の場合も維持されていた。1967 年時点では男性の服装のカジュアル志向を受けて紳士帽の需要が縮小し、代わってレジャー用、子供の安全帽、各社の制帽等の需要が高まった（東京問屋連盟, 1967）。全体的な需要縮小の中で、専門性が高く新しい需要に対応した事業の維持が可能だったと思われる。

タオル・スカーフ・寝具は、件数はやや減少傾向にあるものの、残存率 62.5%と既存事業者が半数以上だった。戦略は縮小・特化、拡大が主であり、いずれもタオルを扱っていた。拡大した事業所は、ハンカチ・スカーフ・マフラー等からタオルも追加した他、タオルやハンカチからギフトも扱うようになるなど、類似商品へ拡大していた。タオルは銀行の贈答品等（東京問屋連盟, 1967）、寝装寝具は婚礼寝具の需要（矢野, 1981）に加えてギフトや健康指向など多様な商品構成が可能なることから（矢野, 1982）、一定の需要があったと言える。

5-4-4. 需要が縮小傾向にある業種の戦略

材料は大きく減少し、転換や一部転換、縮小でも除外対象となっていた。戦後に既製服の需要が高まる中で、仕立て屋の利用や家庭での裁縫の習慣が廃れた生活様式の変化の影響が考えられる。全国的にも洋服仕立て職・婦人子供服仕立て職が 1960～1980 年でそれぞれ 49.5%減、31.2%減と大きく減少しており（昭和 35 年・昭和 55 年国勢調査）、仕立て服文化の衰退が縫糸の需要減少に繋がったと思われる。糸もセーター等既製品が普及し、家庭での手編み需要が減少した（東京問屋連盟, 1967）。製糸・紡織従事者の数も 1960 年の約 115 万人から 1980 年には 42.9%減少しており（昭和 35 年・昭和 55 年国勢調査）、家庭・業務用の需要が縮小し、材料を扱う事業所が減ったと考えられる。

呉服・和装関連品を扱う事業所は増加しており、残存率は 60.0%、変化類型は拡大が最多だった。和装は 1965 年頃に「だいぶ復活」（東京問屋連盟, 1967）したものの、1970 年代後半には需要の爛熟期を迎えて消費量は減少しており（矢野経済研究所, 1975）、他の品目と組み合わせる戦略が採られたと考えられる。

メリヤス製品は戦前は主に肌着・靴下・セーター等を指したが 1960 年代半ばから技術の進化により特に外衣製品が多様化し、カーディガン、ポロシャツ、セーター、スーツ、スラックス、ワイシャツ、ネクタイ、ブラウスなど紳士服や婦人服の幅広い品目を含むようになった（東京問屋連盟, 1967；一親会半世紀のあゆみ編纂委員会編, 1984）。除外された品目で最も多かったが、取扱品の呼称が移行したことで、実数が少なくなったと考えられる。

5-5. まとめ

横山町奉仕会の事業所は 1958 年～1983 年にかけて半数以上が入替わっており、残った問屋は取扱品目を変化させていた。そこで取られた戦略では、消費者需要が大きく流行に左右されやすい業種は戦略が分散する一方、流行に左右されにくい一定の需要が見込める業種は縮小・特化、需要が変化しても取扱品の性質に変化が少ない業種では維持や縮

小・特化、需要が縮小傾向にある業種は一部転換で他の業種との組合せなどで対応していた様子がうかがえた。拡大の際には元の取扱商品と新規商品の親和性や資本金規模の影響が示唆された。一方、専門性の高い取扱品は維持が多く、参入障壁が高い可能性もある。横山町問屋街での生存には需要の変化に対応した柔軟な対応が必要であり、その戦略の選択には売り場面積の大小、異業種への転換を受け止める汎用性の高い建築計画などの建物の形態とも関連が考えられる。建築的側面との関係についての分析が今後の課題である。

6. 馬喰横山地区の問屋街景観の現況

6-1. 方法

調査対象は靖国通りと馬喰横山町西通りに挟まれた、横山町大通りと新道通り沿道の店舗等 135 件（横山町大通り 59 件、新道通り 76 件）とした（図 6-1）。横山町大通りは幅員約 12m、新道通りは約 6m となっている。調査は 2023 年 9 月 20 日（水）、21 日（木）、10 月 3 日（火）に行った。実施に当たっては建築的要素、商売・業態など活動的要素について項目を設定して調査シートを作成した上で、3 名の調査員が目視確認して記入するとともに、連続立面写真を撮影して記録した。なお調査対象が商店の場合、訪問して調査協力の可否について確認し、協力を得られた店舗のみを対象とした。調査項目は表 6-1 に示す通りである。

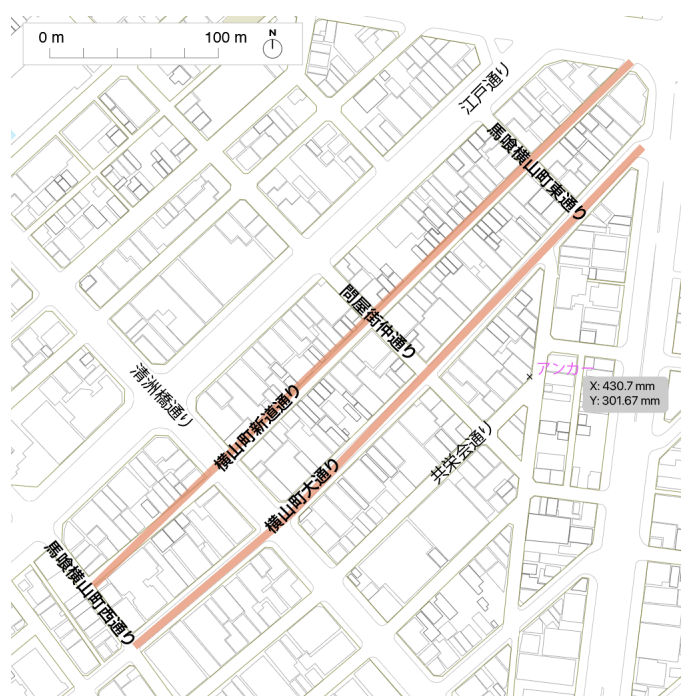


図 6-1. 景観調査の対象通り

表 6-1. 景観調査の項目

建築的要素	階数、路面店舗の間口（該当する場合、建物幅の 1/2 以上となっているか否か）、屋外階段の有無、建物内への別動線の有無、ショーウィンドウの有無、オーニングの有無、テントの有無、看板の有無・個数・位置・種類
--------------	--

活動的要素	用途（店舗・倉庫・事務所・宿泊施設・住宅・空地・駐車場）、店舗の場合の業種、商売のしみ出しの有無・使用範囲
--------------	---

また、近年の対象地区における問屋街のリノベーションまちづくりの動向を把握するため、現地調査とともに2021年から活動するプロジェクト「さんかく問屋街」をコーディネートする民間事業者へヒアリングし、現在の問屋街の抱える課題、問屋建築の特徴と活用の課題に関する情報とともに、街づくりビジョン、デザインコード等の資料を収集した。さらに、問屋の事業に必要な機能と問屋建築の使い方の例を把握するため、老舗の問屋2件にデプスインタビューを実施した（表6-2）。

表6-2.ヒアリング及びデプスインタビュー実施概要

実施日	対象者所属	質問項目
2021年7月15日（木） 15:00～16:30	UR 都市機構横山町プロジェクト担当者	<ul style="list-style-type: none"> ・UR が街に入った経緯 ・UR の事業の問題意識・コンセプト ・問屋建築の特性とリノベの際の難しさ ・地元との課題意識の共有 ・問屋の危機感 ・問屋組織 ・問屋組織が作成したルール ・「問屋街を面白がる会」の活動
	エンジョイワークス担当者	
2022年12月7日（水）13:30～15:30	タオル問屋代用取締役社長	<ul style="list-style-type: none"> ・問屋業に必要な機能について ・タオル問屋の川上・川中・川下 ・地区内に所有する複数建物の使われ方 ・問屋と不動産 ・問屋街における小売業者（顧客）の動き方 ・問屋の生存戦略とコロナ禍の影響 ・地区内の問屋間の取引 ・問屋街らしい景観についての議論
2023年10月3日（火）14:30～16:00	雑貨問屋店長	<ul style="list-style-type: none"> ・会社の歴史 ・取扱品目の変遷 ・建物の変遷 ・商売に必要な機能 ・現在の建物の使い方 ・職住近接 ・他業種とのコラボレーション

6-2. 景観に関わるまちづくり

問屋街地区は1993年に地区計画が策定され、その後1997年、2019年と2度にわたって改訂されている。2000年代に空きビルが増加し、地区の活性化が模索される中で、2002年に横山町奉仕会と東京問屋連盟が「問屋街活性化委員会」を発足させた。同時期に2003年から2010年にかけて、空きビル・空室をクリエイター等とマッチングして活性化させる、セントラル・イースト・トーキョー（CET）の取り組みが実施された（中島ら, 2019）。CETの一連の活動が終了した後、廃業した問屋跡地に大型ホテルやマンションが建設されたことに危機感を持った問屋街活性化委員会が、「日本橋問屋街街づくりビジョン」（以下、問屋街ビジョン）と日本橋問屋街デザインコード（以下、デザインコード）を策定すると共に、日本橋問屋街デザイン協議会が中央区の指定を受けた（菅井, 2023）。2017年には横山町馬喰町街づくり株式会社が設立され、デザイン協議会の運営やまちの活性化を行う組織として活動している。また、2021年から始まった日本橋

横山町・馬喰町エリア参画推進プログラム「さんかく問屋街」では、街づくり株式会社とUR都市機構ほか民間事業者の協働のもと、遊休不動産に関心のある利用者を選定・マッチングする取り組みが行われ、問屋街ビジョンのコンセプトに沿った業種の誘致を図るとともに、大規模再開発以外の選択肢として、空きビルや空室の再生手法が模索されている。以下では、景観に関わるまちづくりのルールとして、地区計画と問屋街ビジョン及びデザインコードの内容を整理する。

6-2-1. 日本橋問屋街地区地区計画

問屋街地区の地区計画は、1993年に定住人口の維持回復と建築物の不燃化促進を目的に用途別容積型地区計画が策定された。その後、1997年に街並み誘導型・用途別容積型地区計画へと変更された。2019年まで運用されていたが、定住人口の回復に伴って街並み誘導型・高度利用型地区計画に変更された。この時点での主な変更は、土地利用の方針でスーパーマーケットなどの生活利便施設、子育て支援施設などの公益施設、良質な宿泊施設、公共的屋内・屋外空間の整備を誘導することとなっている。また、建築物の所有者等の居住機能の確保も合わせて方針として示された。増加した定住人口の居住性を高めることが目指されたと言える。これらに加えて、壁面位置の制限についても変更が加えられた。

6-2-2. 問屋街ビジョンとデザインコード

(1) 日本橋問屋街街づくりビジョン

全体のコンセプトは「豊かなライフスタイルを創造し進化し続ける問屋を核とした商工住混在都心」とし、まちの中期的な将来イメージとして、「ディープ問屋街」と位置付けた問屋街中心部を核として、中心部を取り巻くエリアをユニークで質の高いライフスタイルを創造しつづける「工住混在商業エリア」、さらにその周囲を自ら創造性を発揮し豊かな都心生活を楽しむことができる「商業隣接都心居住エリア」とした。非商業用途・異業種を受け入れる一方で、中心部は問屋街としての誇りを維持し続けるため、リノベーションや短中期活用型建て替えなどの不動産活用を行いながら更新しつつ、高付加価値化を図ることが目指されている。また、まちづくりの目的として、「問屋を核とした地域事業者の事業環境の維持・向上」「地域の不動産価値の維持・向上」を掲げ、ビジョン実現のためのアクション案の中に「デザインコントロール等による良質な都市空間の形成」、ハード面でのまちづくりの中長期的方向性・方策の中で、都市アメニティの向上とデザインルールの制定・運用が示されている。

(2) 日本橋問屋街デザインコード

問屋街ビジョンが策定された2016年に作成され、当初全10条だったが、その後改訂が重ねられ、全12条と附則全9条から構成されている（菅井, 2023）。デザインコードの適用範囲は図6-2の通りである。

区域内で建築物等の新築・増築・改築・撤去・大規模修繕、店舗ファサードの改築、店舗の改装、看板・広告・テント等の設置、宅地造成その他土地形質の変更、その他まちの景観形成に影響を及ぼすおそれのある場合は、新築の場合は建築確認申請の2ヶ月前、改築・改装・設置の場合は工事着工の1ヶ月前までに「デザイン協議会」に計画の届け出を行い同意を得る必要がある。以下では主な内容を記述する。



図 6-2. 日本橋問屋街デザインコードの適用範囲（中央区 HP より）

建築物のデザイン

建築物及び店舗外観などのデザインにはまちづくりのコンセプトを反映し、路面店舗の連続性に配慮した街並みに調和させることが掲げられている。具体的には、路面店舗の間口は建築物の幅の 1/2 以上を確保すること、路面店舗のテント、オーニング等は設置高さを 4m 前後、軒高を 3.5m 前後とすることが定められている。路面店舗の店舗前面に何も取り付けない場合は、1・2 階の境界部分にデザイン上の工夫を行うことが定められた。また、店舗以外の入り口や屋外階段を道路に面して設ける場合は、道路より後退させたり、道路面に覆いを設ける、路面部分を展示空間とするなど、目立たない工夫をすることも求められている。

通り抜け空間の設置

歩行者の利便性を高めまちに回遊性を持たせるため、並行する 2 つ以上の道路に接する建築物は、建築物の内部、もしくは脇に通り抜け空間を設けるよう務めることが求められている。

看板・広告物の限定

看板・広告物のデザインはまちづくりのコンセプトを反映し、路面店舗の連続性に配慮した街並みに調和したものとすることが求められており、道路面に袖看板を設ける場合には 1 箇所縦一列にまとめ、下端の高さは 3.5m 以上とすることが定められている。また、建築物の壁面・ガラス面に設置する場合は、表示面積を設置する壁面面積の 1/10 以下とし、3 階以上に設置しないこと、設置する壁面面積が 100m² 未満の場合は、表示面積を 10m² 以下とすることが定められた。

用途制限

用途は店舗（物販・飲食・サービス）、工房・工房併設店舗を原則とし、住宅の場合は 2 階以上とすることが定められた。また、風紀を乱す用途は禁止された。

業種制限

業種については、問屋街ビジョンのコンセプトに沿った業種を誘致する一方、工場（アトリエ、工房を除く）、ガソリンスタンド、ワンルームマンション、消費者金融、パチンコ店等、風俗営業店に近い業態、ラブホテル等が禁止された。

以上に加えて繊維問屋街ならではの事項として、特に飲食店に対して周辺店舗への臭い対策が明記されたほか、排煙設備は排気口を建物最上部に設置するなど、臭いに移りやすい繊維製品を扱う商店への配慮が求められている。

また、附則として不動産契約時の重要事項説明時に、問屋街であること、地域の特徴、デザインコードを説明して理解を得ること、搬出入の車両や運搬用の台車等が頻繁に往来する地域であることや、祭事・催事が多く開催される地域であることを伝えるという条項も付加された。

6-3. 馬喰横山地区の景観

6-3-1. 建築的要素

(1) 建物

建物の階数は4～6階建てが最も多く、1～3階が続いた。7階以上は全体で24.4%だった。横山町大通りは半数以上が4～6階建てだった一方、新道通りで最も多かったのは1～3階建てだった(表6-3)。建物の店舗部分の間口幅については、該当する店舗が大半であり、ほとんどで建物幅の1/2以上となっていた(表6-4)。屋外階段があった店舗等は9件のみだった。問屋建物の活用で鍵になる別動線(1階店舗の閉店時にも外からアクセスできる2階への階段等)がある店舗は60件、なしが70件、不明が5件だった。ショーウィンドウは7割以上の店舗で設けていなかったが(表6-5)、はめ殺しのガラス窓越しに商品を陳列してショーウィンドウ的に設けている例も見られた。

調査の実施時に工事中だったのは7箇所あり、そのうち1箇所は新道通り側6件と横山町大通り側2件分の計8敷地を統合する大規模な開発だった。

表 6-3. 横山町大通りと新道通り沿いの建物の階数

階数	横山町大通り		新道通り		総計	
1～3階	9	15.3%	36	47.4%	45	33.3%
4～6階	33	55.9%	24	31.6%	57	42.2%
7階以上	17	28.8%	16	21.1%	33	24.4%
総計	59	100.0%	76	100.0%	135	100.0%

表 6-4. 建物の店舗部分の間口幅

該当あり	建物幅の1/2以上	121	127
	建物幅の1/2未満	6	
該当なし			8
総計			135

表 6-5. ショーウィンドウの有無

	横山町大通り		新道通り		総計	
有り	13	22.0%	12	15.8%	25	18.5%
無し	46	78.0%	59	77.6%	105	77.8%
不明			5	6.6%	5	3.7%
総計	59	100.0%	76	100.0%	135	100.0%

(2) 建物付属物

付属物では、オーニングを設置している店舗は全体で4割程度だったが、大通りでは半数以上が設置していたのに対し、新道通りではオーニング有りの店舗は3割程度にとどまった(表6-6)。一方、テントは新道通りの方が設置している店舗の割合が22.4%と大通りの2倍の割合だった(表6-7)。新道通りでは道路幅員も狭く歩道が確保されていない場合も多いため、オーニングよりもテントが選択されたものと思われる。

看板は調査対象のうち7割以上で設置していた。1件で複数設置している例も多かったことから、全体では197件の看板が見られた。種類別で最も多かったのは袖看板(64

件)、続いて帯型の壁面看板(49件)、置き看板(32件)、切り文字の壁面看板(23件)となった(表6-10)。置き看板と切り文字の壁面看板は、いずれも横山町大通りの方が多かった。

表 6-6. オーニングの有無

	横山町大通り		新道通り		総計	
有り	31	52.5%	24	31.6%	55	40.7%
無し	28	47.5%	52	68.4%	80	59.3%
総計	59	100.0%	76	100.0%	135	100.0%

表 6-7. テントの有無

	横山町大通り		新道通り		総計	
有り	6	10.2%	17	22.4%	23	17.0%
無し	53	89.8%	59	77.6%	112	83.0%
総計	59	100.0%	76	100.0%	135	100.0%

表 6-8. 看板の有無

	横山町大通り		新道通り		総計	
有り	48	81.4%	51	67.1%	99	73.3%
無し	11	18.6%	25	32.9%	36	26.7%
総計	59	100.0%	76	100.0%	135	100.0%

表 6-9. 看板の個数

	横山町大通り		新道通り		総計	
1	11	22.9%	26	51.0%	37	37.4%
2	19	39.6%	15	29.4%	34	34.3%
3	13	27.1%	7	13.7%	20	20.2%
4	4	8.3%	2	3.9%	6	6.1%
6	1	2.1%	1	2.0%	2	2.0%
総計	48	100.0%	51	100.0%	99	100.0%

表 6-10. 看板の種類別個数

	横山町大通り	新道通り	総計
袖看板	35	29	64
壁面看板(帯型)	27	22	49
置き看板	20	12	32
壁面看板(切り文字)	16	7	23
ガラス面に貼り付け	4	10	14
壁面看板(垂直型)	4	5	9
軒下	0	2	2
その他	3	1	4
総計	109	88	197

6-3-2. 活動的要素

(1) 用途・業種

1階路面部分の用途では、店舗(卸)が44.4%と最多となり、店舗(卸小売り)(8.9%)を合わせると半数以上が問屋で構成されていることが分かる(表6-11)。店舗数は新道通りの方が76件と横山町大通りの59件よりも多かった。なお、小売りの扱いについては小売り無しの旨を明示している店舗もあった一方、多くが示していなかったため、店舗(卸)の判断は調査者の観察による部分も大きい。次いで多かったのはサービスで21.5%だった。サービスの内訳では飲食店が20件と最も多く、特に新道通り沿いに多い。2階で最も多いのは不明(業務用途)(20.0%)、事務所(14.8%)、マンション・住宅(11.9%)、3階では不明(業務用途)(18.5%)、マンション・住宅(15.6%)、事務所(13.3%)、4階は不明(業務用途)(17.8%)、マンション・住宅(14.8%)、

事務所（7.4%）と、2階以上は業務用途が多い一方、高層になると住宅用途が多くなる。

表 6-11. 1階路面部分の用途

	横山町大通り		新道通り		総計	
店舗（卸）	25	42.4%	35	46.1%	60	44.4%
店舗（卸小売）	9	15.3%	3	3.9%	12	8.9%
店舗（小売）		0.0%	1	1.3%	1	0.7%
小売（繊維以外）	4	6.8%	1	1.3%	5	3.7%
サービス	15	25.4%	14	18.4%	29	21.5%
その他		0.0%	2	2.6%	2	1.5%
空き店舗	2	3.4%	9	11.8%	11	8.1%
事務所	2	3.4%	1	1.3%	3	2.2%
倉庫	1	1.7%	2	2.6%	3	2.2%
駐車場	1	1.7%	1	1.3%	2	1.5%
不明		0.0%	5	6.6%	5	3.7%
不明（業務用途）		0.0%	2	2.6%	2	1.5%
総計	59	100.0%	76	100.0%	135	100.0%

1階路面が店舗の場合の業種を見ると、最も多いのが婦人・子供服卸（39.7%）、次いでかばん・袋物（10.3%）だった（表 6-12）。どちらも約 40%は婦人・子供服だったが、かばん・袋物とタオルは新道通りに多かった。繊維以外の小売も含む小売は横山町大通りにより多く見られた。

表 6-12. 1階路面部分の店舗の業種

		横山町大通り		新道通り		総計	
店舗（卸）	婦人・子供服	15	39.5%	16	40.0%	31	39.7%
	かばん・袋物	1	2.6%	7	17.5%	8	10.3%
	その他	4	10.5%	4	10.0%	8	10.3%
	その他の衣服	1	2.6%	2	5.0%	3	3.8%
	不明	2	5.3%	1	2.5%	3	3.8%
	ギフト	1	2.6%	1	2.5%	2	2.6%
	タオル		0.0%	2	5.0%	2	2.6%
	帽子	1	2.6%	1	2.5%	2	2.6%
	靴下・下着類		0.0%	1	2.5%	1	1.3%
	合計	25	65.8%	35	87.5%	60	76.9%
店舗（卸小売）	その他	5		3	7.5%	8	10.3%
	不明	2				2	2.6%
	かばん・袋物	1				1	1.3%
	男子服	1				1	1.3%
	合計	9	23.7%	3	7.5%	12	15.4%
店舗（小売）	その他		0.0%	1	2.5%	1	1.3%
小売（繊維以外）	その他	4	10.5%	1	2.5%	5	6.4%
総計		38	100.0%	40	100.0%	78	100.0%

（2）壁面後退部分の使われ方

商売の滲み出しは全体の 79.3%（107 件）で見られ、より幅員が狭く店舗数の多い新道通りで多く見られた。半数以上は壁面後退部分に収まっていたが、セットバック範囲を

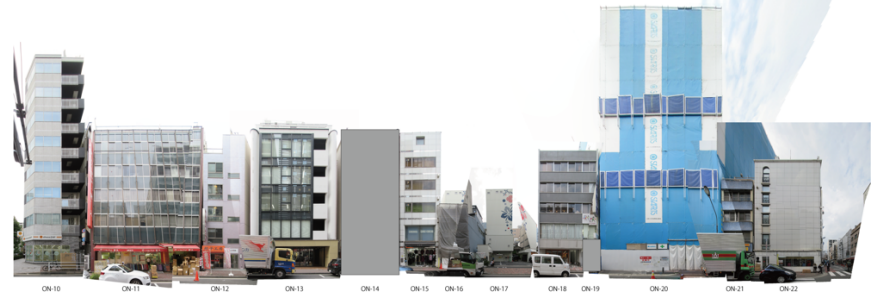
超えた道路空間への滲み出しは、横山町大通りでより多く見られた（15件）。使用時間は一時的（25件）よりも一定時間が多く（72件）、商品陳列（44件）や段ボール箱（29件）、看板（18件）、台車（13件）などの商業・事業活動に関わるもののほか、自転車（45台）や植栽（18件）、カラーコーン（5件）なども見られた。特に横山町大通りでは、段ボールは、自店舗の側だけでなく、歩行空間を空けて道路際のところへも一時的に積み上げている例も見られた。

表 6-13. 商売の滲み出し

	横山町大通り		新道通り		総計	
無し	11	18.6%	17	22.4%	28	20.7%
有り	48	81.4%	59	77.6%	107	79.3%
総計	59	100.0%	76	100.0%	135	100.0%



馬喰横山町西通り～清洲橋通り



清洲橋通り～問屋街仲通り



問屋街仲通り～清杉通り

図 6-3. 横山町大通り北側の連続立面写真（南から北へ）



馬喰横山町西通り～清洲橋通り



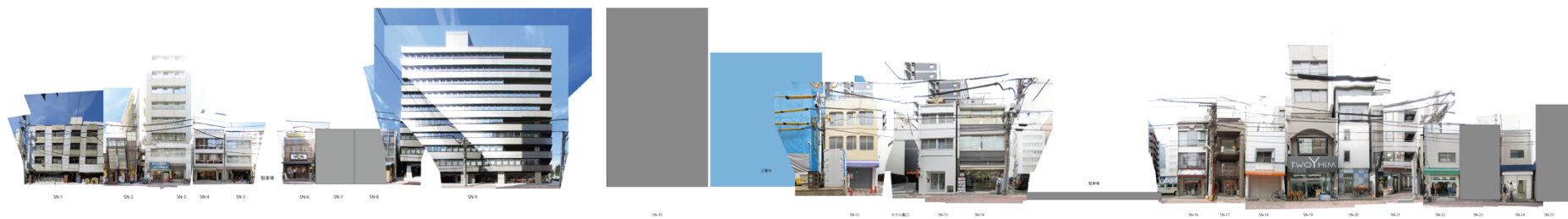
清洲橋通り～問屋街仲通り



問屋街仲通り～清杉通り

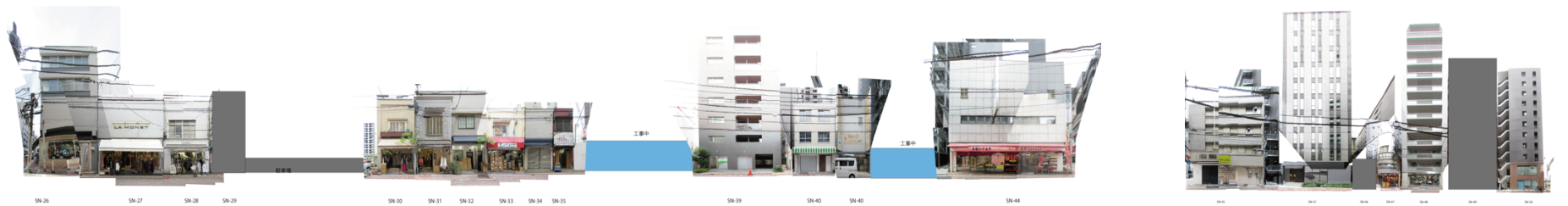


図 6-4. 横山町大通り南側の連続立面写真（南から北へ）



馬喰横山町西通り～清洲橋通り

清洲橋通り～問屋街仲通り



問屋街仲通り～清杉通り

図 6-5. 新道通り北側の連続立面写真（南から北へ）



SS-5 ON-8裏 SS-4 SS-3 SS-2 ON-4裏 ON-2裏 SS-1

馬喰横山町西通り～清洲橋通り



SS-16・19 SS-16・17 SN-15 SS-14 SS-13 SS-12 SS-11 SS-10 SS-9 SS-8 SS-7 SS-6

清洲橋通り～問屋街仲通り



SS-36 SS-34 SS-27・33 ON-29裏 ON-28裏 SS-26 SS-25 SS-24 SS-23 SS-22 SS-21 ON-24裏 SS-20 ON-18 ON-18 SS-11 SS-11 SS-10 SS-10 ON-18 SS-11

問屋街仲通り～清杉通り

図 6-6. 新道通り南側の連続立面写真（南から北へ）

6-4. まとめ

6-4-1. 馬喰横山地区の間屋街景観の特徴

現在の問屋街の景観は、7割以上が中低層（1～6階）の建物で構成されている。看板の種類別では袖看板が最も多い。また、1階が店舗の場合、建物幅の1/2以上が店舗間口となっている場合が大半だったほか、ショーウィンドウを設えている店舗も見られた。商品陳列や段ボール箱がセットバック空間にしみ出している例も多く見られたほか、平日の日中には運送用の大型車両が駐車されているなど、大量の物品が行き交う問屋の事業活動が景観に現れている。

横山町大通りと新道通りでは、異なる景観の様相が見られた（図6-3, 6-4, 6-5, 6-6）。横山町大通りでは中層以上が多い。既往調査でも建築面積が大きい店舗が多く立地しており（濱田・柏原, 2021）、店舗前での段ボールの積み上げでは、店舗が道路に接する幅を使っている。道路幅員が広く歩道もある横山町大通りでは、歩道に突出する物が多く、袖看板だけでなく置き看板や、オーニングを設置している店舗の割合も新道通りよりも多かった。

一方、新道通りでは低層建物が多数。店舗数は横山町大通りよりも多く、大通りにない業種も見られた。小ぶりの商店が多く集まっている一方、幅員が狭いことから看板は主に袖看板、帯型の壁面看板が多かった。建物付属物の歩行空間への突出は少ない一方、商売のしみ出しが多く見られた。

6-4-2. 景観マネジメントの課題

（1）再開発マンションの足元のデザインコントロール

地区計画でも誘導されてきた居住用途は今後も増加することが予想される。すでに竣工済みのマンション等では、1階の一部に店舗が入っているものの、特に新道通り側は裏側として駐車場入り口やマンションのエントランスが設けられた例も見られ、デザインコードで狙っている路面店舗の連続性が担保されていない場合もある。こうした事例は全体の数では少ないものの、道路に面する延長が長いため、景観に与える影響は大きい。そのため、路面部分に店舗や開口部がない場合のデザイン上の配慮規定も必要と思われる。現在のデザインコードでは通りごとの違いは特に考慮されていないようだが、小規模な店舗が並ぶ新道通りのスケール感と、敷地面積の大きな横山町大通りでは異なる景観の様相が見られたため、通りごとの特徴に沿った項目を追加することも検討の余地がある。

（2）異業種の受け入れ方

ファッション・ライフスタイルのまちと親和性が高く、現在の問屋街の高付加価値化につながる工房等の受け入れが問屋街ビジョンで提示される中、こうした新しい業種を受け入れる際の景観像を示していくことが必要と考えられる。現在はデザインコードの中で、建築物及び店舗外観などのデザインにはまちづくりのコンセプトを反映し、路面店舗の連続性に配慮した街並みに調和することと定められているものの、具体的にどのような景観像が想定しうるのかは明確になっておらず、事業者の判断に委ねられている。今後、問屋街ならではのシーン面から景観像を描き、共有することが求められるのではないだろうか。

7. 総合考察

以下では前章までの分析と文献からの知見を踏まえ、事業活動と空間の関わりから、馬喰横山地区の景観変容のターニングポイントと景観要素について考察する。

明治期まで：土蔵造りの瓦葺2階建て

問屋街の景観は、江戸・明治期は土蔵造りの瓦葺2階建てであり、入り口に大型の暖簾がかかる問屋から始まった（横山町馬喰町問屋連盟, 1957）。当時は座売りで値段交渉を行う売掛型の販売形式だった。

大正～昭和期：木造2階建て

土蔵造りの昔ながらの問屋建築からの最初のターニングポイントは、1923年の関東大震災で土蔵が崩れたことだった。また、昭和期の戦災でほとんどの建物が壊れたことから、バラックからの再建時には火災保険をかけた木造2階建ての建物となった（横山町馬喰町問屋連盟, 1957）。

1950年代～：不燃化、高層化

戦後不況の中で、正札のついた商品を並べて選んだ商品を手で現金決済する売り方へと変わる中（日本橋横山町馬喰町問屋街, 2018）、店頭で多くの商品を並べる形に売り場が変化した。問屋の数が多かった時期、1960年代～1990年代の写真からは、通りを見通す方向に袖看板が高密度に見られて賑わいを作っていたほか、テント看板に大きく店名が書かれている様子が見てとれた。1958年から1983年にかけて半数以上の問屋が入れ替わるような競争が激しかった時期には、地区を回遊する小売業者の目に留まりやすいデザインが採用されたと推察される。新道通り沿道の店舗は間口が狭い小規模店が集まっていたことも、袖看板の密度を作っていたと思われる。

1950年代半ばから都市計画として不燃化が進められ、共同化は一部にとどまったものの、高度経済成長や事業発展のため、個別店舗のビルへの建て替えが進められた。1960～1980年代に進められた建物の高層化は、資本規模の大きさや、床面積拡大を目的とした事業発展の戦略・象徴といった価値観が背景として推察された。このような点は、取扱品目を拡大した店舗の資本規模が大きかったこととも一致する。年史資料からは、隣接ビルの買収による店舗の拡張や、地区内に複数の店舗を置いた様子も見られた。これら地区内の複数拠点には本社や営業所などの問屋業の中核機能に加えて、品目別などの複数店舗が置かれた。自社工場がある場合には、対象地のエリア外に立地している事業所が多かった。

2000年代以降：大規模再開発と問屋建築のリノベーション

2000年代になると、廃業する問屋も増え、空きビル・空室が見られるようになった。横山町大通り、新道通りの半数以上は問屋業を継続しているものの、1983年時点で138件だった横山町奉仕会の会員商店は、2023年時点では42件となっている（横山町奉仕会, 2023）。大型問屋の跡地にホテルが開業したほか、横山町大通り、新道通り沿いでは店舗併設型の大規模マンションが建設された。大規模再開発に対して、さんかく問屋街の取り組みでは、問屋建築の特性を生かした小規模な単位でのリノベーションも模索されている。

問屋数の減少や、面積の大きい大型店やホテル、マンションなどが立地していることもあり、以前の写真と比べると袖看板の密度は低い。しかし未だに数として袖看板は多く見られる。大量の物資が行き交う問屋街の事業活動は、商品陳列や段ボール箱といった商業活動の滲み出しや、運送車両等に現れている。

景観要素

以上の景観の変遷と現況から見出される馬喰横山地区の景観要素として、以下が挙げられる。

- ・間口が大きく、階段が奥にある問屋建築
- ・店舗名を主張する看板類
- ・業務活動の一端が垣間見え、問屋街であることがうかがえる物・設え（段ボール、台車、ショーウィンドウないしショーウィンドウ的な窓際の設え）
- ・横山町大通り：中高層以上で店舗幅の大きい大型の店舗、大型の袖看板、店舗前面の歩道空間を使った商売の滲み出し、大型車両の駐車
- ・新道通り：低層の店舗、店舗幅の狭い小スケールの店舗、店舗前面道路への滲み出し

8. おわりに

本研究では、馬喰横山地区の問屋街を対象に、同業者集積空間の事業組織・業種の変容と空間への表出という観点から調査を行った。

現在の問屋街の歴史を辿った史料分析からは、1950年代以降の事業組織の近代化や、1960年代以降の高度経済成長期の事業拡大の中で、建物がビル化され低層の木造建築から不燃化ビルに転換していったことが分かった。一方で1958年～1983年の間には激しい競争の中で、取扱商品を時代の需要に応じて転換させたり、専門的な品目に特化するなどの生存戦略を取っていたことが見出された。問屋が鎬をけずる商業の場一色だった当時は、時代の変化へ対応する中でも「問屋」という業態は維持できていたものと思われる。しかし、現在は産業・流通構造の変化や顧客である小売店の縮小の影響で、問屋業そのものも変化する必要に迫られている。さらに2000年代以降は問屋街が再開発対象となり、住居や問屋以外のオフィス、店舗、ホテルなどの一般的な用途が増加しており、今後も増え続けることが予想される。過去の取扱商品の変化だけでなく、不動産の活用や売り方の変化、小売りの位置付けなど、業態の変容も伴う対応が模索されており、1980年代よりもさらに本質的な変化に迫られていると言える。そうした中、本研究調査から過去の景観要素と共通するものも幾つか確認できた。問屋街ビジョンでは、異業種を受け入れつつ、プロフェッショナルが通う問屋街のアイデンティティは維持するという方針が打ち出されており、中心部となる横山町大通り、新道通りでの再開発のデザインコントロールの際に、こうした景観要素を問屋の業態と離れた場合にもどの程度継承するかは検討が必要だろう。

本研究では主に地区スケールでの問屋街の変化と景観の現況を捉えたが、建築スケールでの問屋の業態の変容と建物の使い方については積み残し課題となった。今後の研究で

は、問屋の機能面の変化とともに建築の変化を検証することで、問屋街の文化的景観としての評価に向けた詳細な項目を検討することが必要である。

注釈

- 注1) 各資料の記述に齟齬がある事項は50年史の情報を優先し、50年史に記述がない事項は25年史を参照して情報を補完した。なお、50年史のpp.137-157には会員の資本金、経営者(何代目か)、創業時期、取り扱い商品、アンケート調査などの取りまとめがなされているが、本研究では主にp.241以降の「奉仕会会員商社」に記載されている事業所概要の内容を元に整理したため、結果の一部に差異が生じている。
- 注2) 地図上へのプロット作業は、各事業所の住所情報を住宅地図に記載された事業所名と照合して実施した。複数住所が記載されている事業所の建物については、特定が可能であった建物はすべて同色で着色している。なお、「横山町奉仕会館」や「卸センター」、その他2つのビルは複合ビルとなっており、1つの建物内に複数事業所が存在していた。そこで本研究の地図においては着色せずに表現しているが、いずれも建築面積が大きく主要な位置に立地していることから、問屋街の機能や業態を考察する上では重要な存在であると考えられる。
- なお、地図分析においては、東日本橋1丁目～3丁目に立地する5件は空間的に分散して立地していたために除外している。また、長屋建てのような1つの建物を平面的に分割して立地していると考えられる事業所に関しては、別の建物として地図上には表現している。
- 注3) 本社所在地は、「本社」として記載されている住所で判断した。また、本項における対象エリアとしては、「日本橋馬喰町」「日本橋横山町」「東日本橋」で始まる町丁目を対象エリア内として算出した。文献16)では「東日本橋」を含めていなかったため件数が異なるので注意されたい。
- 注4) 資本金額は、1件のみ記載がなかったため、138件で算出した。
- 注5) 事業継続年数については、創業年が江戸期や明治期と古いため年号が記載されていなかった2件を除いた137件で算出した。(但し、これら2件は図1には反映した。)事業所によっては創業年ではなく、対象エリアに出店した年や、法人組織に改組した年、関東大震災や戦災により一時中断後に事業再開した年を創業年として記載している場合がある。
- 注6) 事業継続年数については、創業年が江戸期や明治期と古いため年号が記載されていなかった2件を除いた137件で算出した。(但し、これら2件は図1には反映した。)事業所によっては創業年ではなく、対象エリアに出店した年や、法人組織に改組した年、関東大震災や戦災により一時中断後に事業再開した年を創業年として記載している場合がある。
- 注7) 世襲による事業継承の判断基準として、親族による継承が記載されているものに加え、同じ名字の代表者による継承も計上した。

- 注8) 自社ビル建設に関する記述があった66件を自社ビル化した事業所として取り扱う。内、3件はビルの買収による。ビル化の事実が記載されていない場合や、地区外に本社がある場合など、対象地区内でのビル化が明確ではない場合は「ビル化無」として算出した。
- 注9) なお、50年史の記述の中で、昭和2年日本橋横山町7における共同ビル（鞆、50年史 p.334）や、昭和40年日本橋横山町10における4店舗による共同ビル（靴下、手袋、肌着、同 p.356）など幾つかの共同化したビルの存在を確認できた。一方で、同じく協同組合東京問屋連盟によると「昭和31年『横山町馬喰町橋町不燃化建物促進連盟』が出来、コンクリートの共同建築を奨励したが、共同建築の方は一部で実行されただけで、予想ほどには進まなかった。」（商品の変化と取引の変遷史、p.7）と記されており、地区全体としての共同化は進まず、主には個々の事業所による更新や高度化が行われたものと考えられる。対象地域の共同建築については、栢木ら（2008）に整理されている。
- 注10) 業種の分類項目は、各事業所の取扱い品目や社歴に記載されていた内容を元に筆者が作成した。業種の判別の根拠や分類の例を以下に示す。
- ① 婦人服、婦人洋品、子供服：「婦人服」「子供服」などの表記があるもののほか、主な取扱品目がスカート、ワンピース、ブラウスなど婦人服が主と思われるもの。
 - ② 作業着、スポーツ、学生服：主な取扱品目が作業服や事務服、割烹着、サロンなどの作業着、またはスポーツ関連、学校やスクール関連の衣料のもの。
 - ③ 総合衣料卸：「総合衣料卸」などの表記があるもののほか、紳士服や婦人服、子供服など複数の種類が含まれるものや、それらの区別が特にならないもの。
 - ④ 紳士服、紳士用品：「紳士服」などの表記があるもののほか、主な取扱品目がワイシャツ、ジャンパー、ベルト、カフスなど紳士服が主と思われるもの。
 - ⑤ 靴下、手袋、肌着：靴下や軍手、軍足、手袋、肌着など。
 - ⑥ 呉服、和装関連品：呉服、和装細貨、和装小物など。
 - ⑦ 鞆：鞆、カバン、袋物、ハンドバックなど。
 - ⑧ 贈答品、雑貨、装粧品：「贈答用品」などの表記があるもののほか、装粧品、ギフト、インテリアなど、または各種用品が複数の種類が含まれるもの。
 - ⑨ タオル、スカーフ、寝具：タオル製品、ハンカチーフ、スカーフや、寝具、寝装品など。
 - ⑩ 帽子：帽子全般、各種帽子など。
 - ⑪ 洋傘、ショール：洋傘、マフラー、毛皮、ショールなど。
 - ⑫ その他：上記分類に含まれないもの。文房具、ビニール用品、ゴム用品、靴など。
- 注11) 複数品目を扱っていた事業所が総合衣料卸になった場合は維持として集計。
- 注12) 50年史には記載がなかったが2023年に存在する事業所もあるため、横山町からの流出ではなく奉仕会脱会のみ事業所が含まれる。
- 注13) 「一定の需要」は文献東京問屋連盟(1967)、古川(1983)、吉田(1975)、矢野(1981)、矢野(1982)で、人々の生活の中で商品として常に一定の需要があ

るもの、既存商品は減少しつつも他の商品の需要が増加しているという趣旨の記述から判断した。

謝辞

調査の実施にあたり、横山町奉仕会をはじめ横山町、馬喰町地区の間屋の皆様にご協力いただきました。ここに記して感謝申し上げます。

参考文献

- 一親会半世紀のあゆみ編集委員会編(1984)メリヤスに生きる:一親会半世紀のあゆみ.
柏原沙織・濱田愛(2021), 東京都中央区日本橋横山町・馬喰町の間屋街地区の業種構成—都市部同業者集積空間の景観に関する研究その1—, 日本建築学会大会(東海)学術講演梗概集, 873-874.
- 柏原沙織・濱田愛(2023), 東京都中央区日本橋横山町間屋街における1958~1983年の業種の変遷—都市部同業者集積空間の景観に関する研究その4—, 日本建築学会大会(近畿)学術講演梗概集, 233-236.
- 栢木まどか, 伊藤裕久(2008), 東京の近代における防火地区の変遷と震災復興期の共同建築に関する研究, 日本都市計画学会都市計画論文集, 43(2), 11-18
- 採掘・製造、流通・往来及び居住に関連する文化的景観の保護に関する調査研究会編(2010), 採掘・製造、流通・往来及び居住に関連する文化的景観の保護に関する調査研究(報告).
- 菅井純也(2023), 空間・産業特性を生かした間屋街の都市更新手法に関する研究—中央区日本橋横山町・馬喰町間屋街における同業者組織を中心とした取り組みに着目して—, 2022年度東京都立大学都市環境学部観光科学科卒業論文.
- 中小企業庁(2021), 2021年版中小企業白書.
- 東京問屋連盟(1967)商品の変化と取引の変遷史, 東京問屋連盟.
- 東京問屋連盟(1984)東京日本橋横山町・馬喰町地区における事業活動の合理化とシステム化に関する調査, 活路開拓ビジョン調査事業報告書.
- 中島弘貴・真鍋隆太郎・村山顕人(2019), 複数の社会的企業による小規模事業を通じた既成市街地の再生—神田・馬喰町駅周辺を舞台とするCentral East Tokyo(CET)プロジェクトの事例分析—, 都市計画論文集, 54(3), 607-614.
- 日本住宅地図出版(1982), ゼンリンの住宅地図.
- 日本橋横山町馬喰町間屋街(2018), 新道通りの歴史, https://tokyo-tonyagai.com/about?fbclid=IwAR0dyt2OgzMCH51AAIk_s5tTfY7mrrSaIVA75zigfKCMibG-o9cHbAcpdQI, 2021/07/10 閲覧.
- ハースト婦人画報社(1998)のぞいてみたい東京の六大問屋街—日暮里・合羽橋・馬喰町・横山町・浅草橋・蔵前・築地, あるすぶっくす.
- 濱田愛・柏原沙織(2021), 東京都中央区日本橋横山町・馬喰町の間屋街地区の空間構成—都市部同業者集積空間の景観に関する研究その2—, 日本建築学会大会(東海)学術講演梗概集, 875-876.

- 濱田愛・柏原沙織(2022)東京都中央区日本橋横山町の間屋街空間の近代化―都市部同業者集積空間の景観に関する研究 その3―, 日本建築学会大会(北海道)学術講演梗概集, 715-718.
- 古川元彦(1983)最近の繊維製品の動向, 織消誌, 35(5), 170-175.
- 圓山王国・真鍋隆太郎・村山顕人・大方潤一郎(2017), 転換期にある繊維問屋街の空間変容と再生の取り組みに関する研究―東京東神田・馬喰町地区と名古屋錦二丁目地区を対象として―, 都市計画論文集, 52(2), 161-168.
- 三露勲夫(1983)転換期を迎えた横山町現金問屋 現況と将来への展望, 横山町奉仕会五十年史, 158-162.
- 矢野経済研究所(1975)モノ・スポーツウェア市場の現状, ヤノニュース, 903, 39.
- 矢野雅雄(1983)スポーツ産業における問屋業の業績と市場構造, ヤノニュース, 1143, 57-64.
- 矢野雅雄(1981)羽毛ぶとんブームの背景と80年代の寝具市場, ヤノニュース, 1105, 12-18.
- 矢野雅雄(1982)寝具問屋の高収益パターンの分析―今後の市場競争力のための研究, ヤノニュース, 1112, 8-14.
- 矢野経済研究所(1975)貸衣装店の呉服販売「店舗を持っている行商人」, 17-18.
- 横山町奉仕会(1958), 横山町奉仕会二十五年史, 横山町奉仕会.
- 横山町奉仕会(1968)横山町奉仕会三十五年史, 横山町奉仕会.
- 横山町奉仕会50年史編纂委員会編(1983), 横山町奉仕会50年史, 横山町奉仕会.
- 横山町奉仕会(2023)横山町奉仕会90年史, 横山町奉仕会.
- 吉田道夫(1975)昭和50年度下期の繊維経済展望, 繊維機械学会誌, 28(10), 547-555.
- 昭和35年国勢調査. 第2表.
- 昭和55年国勢調査. 第10表.
- 島武史(1990)横山町丹波屋三百年史, 株式会社丹波屋.
- 横山町馬喰町問屋連盟(1952), 日本橋横山町馬喰町史.
- 横山町馬喰町問屋連盟(1957), 横山町馬喰町問屋連盟十年誌.
- 横山町問屋街 Web, <http://www.tonya.or.jp/company/category-of-business/>, 2021/04/04 閲覧.
- 協同組合東京問屋連盟 Web サイト, https://e-tonya.or.jp/members/list2/seek_result/50ichiran0.html, 2021/04/05 閲覧.