

歴史を語る建物たち

秋田編
(第1回)

今日、20世紀型の開発優先社会は終息を迎え、文化、景観、観光などの側面から歴史的建造物が見直されるようになってきた。平成8年の登録有形文化財制度の発足などは、その象徴である。しかし、一方で、文化財指定を受けていないがその価値は十分にある古い建物が、道路の拡幅などで無造作に壊されていく現状もある。本シリーズでは、文化財指定を受けた有名建造物から、街中にひっそりとたたずむ建物まで幅広くスポットを当て、それらの歴史的経緯やエピソードなどを紹介する。

旧大嶋商会店舗 (秋田市)



秋田市随一の繁華街・川反^{かわばた}のやや西に、煉瓦造の小さな建物がある。現在は花屋となっている旧大嶋商会店舗で、明治34年に建設され、平成12年には国の登録有形文化財に指定されている。

のほか、紳士用帽子やステッキ、洋傘、ネクタイ、洋服など、流行の舶来品もいち早く取り寄せて販売した。また、当時は珍しく高価であった自転車も販売した。さらに、屋根の下には「洋品雑貨」の大看板を取り

明治末期の大嶋商会。二階にはペランダもあった。出典…ふるさとと思ひ出写真集・秋田(国書刊行会)



県内最初の百貨店

秋田の銀行家・大嶋家へ婿養子に入り、大嶋商会を創設した大嶋勘六は、その豊富な資金力で秋田市内では最初となる煉瓦の建物(店舗)を造った。

ハイカラな店舗はいささか場違いにもみえたが、これは、将来秋田駅が近くにできて、店舗周辺が市の中心部になることを見越してのことであった。

実際、大嶋は秋田駅の誘致運動を熱心に行ったが、結局は土地代が安いことなどから、秋田駅は明治35年、店舗からかなり東に離れた現在の場所(当時の南秋田郡広山田村)に建設された。

そこで、大嶋は、商品の種類を充実させることで顧客の確保を図った。正面9m、奥行き7mと決して広いとはいえないフロアであったが、秋田県内の特産品

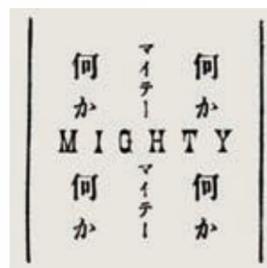
付け、店舗の前には商品を陳列するウィンドウを設置するなど、地方にあって時代の先端を行く店構えが県内全域から人気を集めた。

こうして、いつからか大嶋商会は「秋田県最初の百貨店」と呼ばれるようになった。

ユニークなキャッチコピー

大正元年9月27日の秋田魁新報に、奇妙な広告が載った(右画像)。

その後も、不思議な広告が続き、読者は「マイテーターとは何だ?」と疑問を深めていく。



資料協力：秋田魁新報社

『マイテーターは英語にして
到處無敵は其譯語なり』

神はオール、マイテーター 乃木將軍はマイテーター人』
(同年9月30日 秋田魁新報)

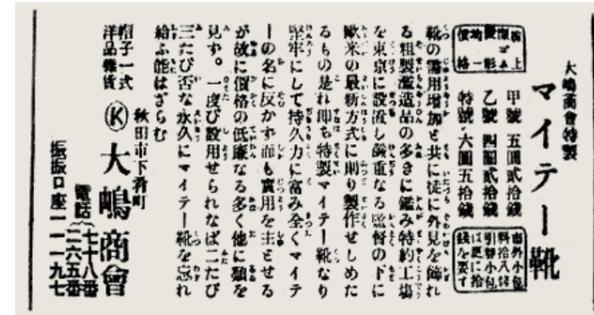
『天下に敵無し マイテーターには無限の力あり』
(同年10月4日 秋田魁新報)

そして、同年10月11日、最初の広告から15日目に、ようやくその正体が「靴」であることが明らかになる(右画像)。

しかし、「特色は如何」と翌日も広告は続き、同年10月12日の商品説明でようやく完結した(下画像)。



資料協力：秋田魁新報社



資料協力：秋田魁新報社

この奇抜な宣伝文を書いたのは、秋田出身の随筆家・青柳有美といわれている。青柳は、大嶋商会の発行で『秋田みやげ 文名噴々』という冊子を編集しているが、ここでも、大嶋商会は広告ページに

「文明の生活と利器 流行はバリー 洋傘は大嶋」
「花の色は遷り變りも早けれど」

美人は小町 靴は大嶋」

などのキャッチコピーを載せている。おそらく青柳

が考えたものと思われるが、このように、大嶋商会は販売も宣伝も非常にモダンであった。

歴史的建造物とは知らなかった

一時は繁栄を極めた商店も経営状態が悪化、昭和の始めのころに廃業し、土地建物も人手に渡った。

その後、さまざまな用途を経て、平成6年、生花店「花京都」がテナントとなった。以来、営業を続ける堀川社長は「立地や賃料を考慮して偶然見つけた物件」と話す。堀川社長自身、これが歴史ある建物だとは知らなかったという。平成12年に家主の意向で国の登録有形文化財に指定されたときも、事前の相談はなかったし、関心もなかった。

文化財に指定されてから、マスコミの取材が増えたり、観光客が写真を撮ったりすることが増えたというが、堀川社長は「建物は建物、商売は商売」と言い切る。自分の店が歴史的建造物で営業していることを「売り文句」にするつもりもないと言う。

地域に育てられ、地域と共に歩む

しかし、家主との間を行き来する中で、建物にまつわる昔話を聞くにつれ、建物に対する愛着がわいてきたとも話す。文化財に指定されても営業に不便はないため、今はできるだけ長くこの場所で商売を続けたいと希望している。

また、堀川社長は、自分の店が「地域に育てられている」と語る。「確かに建物と商売は切り離して考えています。しかし、歴史あるこの建物に人を呼び込む力があるのは事実です。ですから、自分たちもしっかり商売力を付けて、建物の歴史や魅力に追いつきたいと思っています」。

なお、堅牢な造りの建物は地域でも知られており、東日本大震災の際には周りから親類や知人が避難してきた。もっとも、「家主には、ちゃんと避難所に避難してくださいと言われました」と苦笑する。

ところで、店舗のある地域は道幅が狭いため、再開発による道路の拡幅計画があり、店舗も立ち退き範囲に含まれているようだ。堀川社長は、「計画自体はずっと前からある。拡幅をするのかしないのか、早くはつきりさせて欲しい」と前置きした上で、「家主に異を唱えるつもりは毛頭ないが、もし拡幅ということになれば、セットバックして建物を残して欲しい。曳家工事の間、営業を休んでも構わない」と話す(建物の後背の土地も家主が所有している)。

ただ、家主の意向は分からないと言う。「正直、自分の心情と違っていたら、と思うと怖くて聞けない」。

今ではすっかり地域にとけ込んだ「煉瓦造の花屋さん」は、今日も静かに客の訪れを待っている。

(フィデア総合研究所主事研究員・山口泰史)