



日本橋の景観と日本橋美人

NPO法人東京中央ネット
日本橋美人推進協議会
株式会社山田晃子

江戸日本橋の誕生

天正18年(1590)、関東に領地を与えられた徳川家康は江戸を本拠地とし、新しいまちの建設に着手しました。家康がまず実施したのは必要な物資の流通をになう「道三堀」の開削であり、その流れは現在の日本橋川にはほぼ重なります。

神田山を切り崩して日比谷入江や周辺の海面を埋め立てる大規模な工事が実施され、幕府に命令された諸藩の大名は土地の造成を競い合い、そこに市街地が形成されました。伊勢松坂や近江などの商人集団も、建設資材の輸送などで重要な役割を果たしたといえます。江戸のまちづくりは物流インフラとしての運河を整備しながら行われ、日本橋は舟運の拠点となり、松坂の三井越後屋など大店が軒を連ねる一大商業地が形成されました。

江戸時代を通じて、運河により支えられた商業、物流と情報のターミナルという日本橋の性格は基本的に変わることなく続きました。

浮世絵に描かれた日本橋の街並を見ると、江戸の人々がたいへん美しい都市の景観をつくってきたことに感動します。私たちが景観について、江戸から学ぶべきことの多さがうかがえます。

架橋日本橋

初代の日本橋が架けられた年代についての確かな記録はありませんが、慶長九年(1604)に幕府が日本橋を街道の起点と定めていますので、慶長八年末までには完成していたと考えられています。現在の日

本橋は第19代にあたり、明治44年(1911)に竣工しました。近代都市東京の顔としてふさわしい石造の二連アーチ橋は東京市(当時)が設計し、橋の装飾は当時の日本を代表する建築家、妻木頼黄(つまきよりなか)に委嘱されました。西洋的なアーチ橋と対照的な青銅の麒麟と獅子の東洋的な彫刻も、彼のアイデアから生まれたということです。四箇所の橋柱に漢字とひらがなで書かれた「日本橋」「にほんばし」は、徳川慶喜が尾崎行雄東京市長に依頼されて揮毫したものです。

近代の日本橋では、江戸の伝統と信用を受け継いだ老舗が堅実に事業を継続する一方、日本銀行本店や第一国立銀行が置かれ、三越、高島屋を先駆けとする百貨店が誕生するなど、金融と商業の中核として発展を遂げました。コリント式の列柱をもつ三井本館の威容は、人々に新しい時代の到来を感じさせるものでした。

昭和39年(1964)に、日本の戦後復興の象徴として東京オリンピックが開催され、日本橋を跨ぐように高速道路が建設されました。江戸の物流が運河によって担われてきた以上、自動車による物流インフラもまた、かつての運河と重ね合わせて建設されるのはある意味で合理的な考え方でしたが、現在この日本橋が地域の景観にとって大きな負の遺産になっていることは誰もが認めることです。

「日本橋美人」によるまちの活性化

私は現在「日本橋美人“Japan Beauty from Edo-Tokyo”」というコンセプトによるまちづくりを考え

ています。

「まちづくりにおいては、消費活動の半分以上を支えている女性の持つ都市環境や景観などの感性や意見をもっと重視するべきではないか。」こう考えたことがきっかけとなり、2000年から日本橋に本社を置く企業や老舗などに依頼して女性社員の代表者を選出していただきました。「日本橋OLクラブ<http://www.tcbnavi.com/nihonbashi-ol/>」と称し、就業時間中に地域活性化にかかわる活動をはじめました。現在この会は、年齢や職種を問わない24社の女性メンバーにより構成され、まちづくりや地域と地域企業への貢献活動などで、女性独自の感性を大切にしたい事業を行っています。

2002年には東京青年会議所創立50周年並びに中央区委員会設立25周年記念事業として、1999年創設した中央区のインターネット局「東京中央ビジネスナビ<http://www.tcbnavi.com/>」を「NPO法人東京中央ネット<http://www.tokyochuo.net/>」(理事長：山本徳治郎 ㈱山本海苔店 代表取締役社長)として設立。区内の観光案内やイベント、飲食店、伝統工芸、古典芸能、デバ地下情報、OLの声など多彩なコンテンツの配信を始めました。

東京中央ネットの事業の一つとして2005年10月にスタートさせたのが、「日本橋美人プロジェクト<http://www.tokyochuo.net/nihonbashi-bijin/>」(代表：細田安兵衛 榮太樓總本舗 相談役)です。「日本橋美人」というのは、江戸開府以来日本橋で培われてきた伝統を身近に感じることで、教養や品格を持ち、身体の中から健康で美しく、心優しく感性が豊かで真に粋(クール)な“心も身体も美しい”女性を総称する日本橋の地域ブランドです。そこには江戸時代から受け継がれてきた日本橋地域固有の考え方があります。歴史や文化、伝統の上に新しいものを受け入れ、新たな価値を創造し続けてきた心が「日本橋美人」の中に息づいています。

この名称を冠した「日本橋美人商品」シリーズは、美しくあろうとする女性を支援する40種類以上のオリジナル商品を創出しました。2006年7月から2007年3月までJALの「東京ストーリー」キャンペーンともタイアップして、全国28地域で「日本橋美人になろう」ツアーの旅行商品を発売するなど、優れた地域ブランドとして評価されています。

プロジェクトでは日本橋美人商品を開発するとともに季刊(年4回・4万部)のフリーペーパーを発行しています。公式「日本橋都市観光マップ <http://www.tokyochuo.net/sightseeing/olmap/>」(既刊17号)では日本橋OLクラブのメンバーが働く女性の視点で選んだ観光スポット、名所旧跡、店舗、観光ルートを紹介しています。「日本橋美人新聞」(既刊11号)は、日本橋美人をテーマにしたまちめぐりの提案や商品紹介のご案内をする一方、日本橋で働く企業代表のOLにも登場していただいて、それぞれの立場から企業と地域とのかかわり、地域貢献のあり方をともに考えています。

美しいまちの景観

日本橋美人プロジェクトの事業規模の拡大により、2007年6月には「日本橋美人推進協議会(会長：山本徳治郎)」を発足し、さらに踏み込んだ事業を展開しています。「日本橋美人推進協議会」は、江戸日本橋を心から愛する人々のボランティアによって運営されています。同年11月からは、地元企業が協力してお客様を老舗と名所旧跡観光にご案内する新規事業「江戸日本橋観光めぐり <http://www.tokyochuo.net/edo-nihombashi/index.html>」(代表：大島一哉 ㈱建設技術研究所 代表取締役社長)がスタートしました。この企画は大変好評で、現在は周遊ルートの拡充を検討しています。更に日本橋川を舟でめぐるコースも研究中で、実現すれば私たちは江戸の名残としての「運河からの日本橋川の景観」を再発見することができます。さらに「2008日本橋美人博覧会(代表：中村裕 ㈱ロイヤルパークホテル 代表取締役会長)」の事業計画にも着手しました(開催予定:10月24日～11月9日)。日本橋の景観を鮮やかな浮世絵で彩り、江戸の人々が生み出した美意識の世界を蘇らせ、それに誘われて街を歩く人々の流れをつくりだすことを企画しています。

美しいまちで暮らし、働き、訪れることにより、人々の感性が磨かれ、また、その人々の手で更に素晴らしいまちが創造されるのだと思います。そのようなまちの景観は、ハードのみで形成されるものではなく、まちを愛し活気に溢れる輝かしい人々の姿が、そのまちの景観を創るということを「日本橋美人推進協議会」を通して実践していきたいと思っています。