

「日本橋美人」を冠した商品。あんパン、寒天ゼリーなど多彩
(東京・日本橋の榮太樓本舗)

日本橋で美人に

地域振興へ企業協力

■女性の視点で

東京・日本橋で今秋、女性の美をキーワードにした地域活性化策がスタートした。その名も「日本橋美人プロジェクト」。歴史、伝統的な町並みと近代的な施設が共存する街の特性を生かしながら、

女性の心と体を磨くオリジナル商品、ソフトを開発して再生への条件が整ってきた。その中でインパクトのある切り口として浮上したのが「日本橋美人」。山田さんは「京美人、秋田美人など地域独自の美人像が、活性化に役立っている例がヒントになった。日本橋と言えは伝統や歴史といった硬派のイメージが強いが、女性の視点でも魅力的な街であることをPRすべきだと思った」と話す。

(東京支社・小笠原敏浩)

橋OLクラブ」会長の山田晃子さん(企画・デザイン会社社長)。

午前中は、気品あふれるたたずまいの三越本店で感性を磨き、三井記念美術館では名宝を堪能。知的欲求を満たしたところで、昼食はヘルシー、低カロリーの「日本橋美人ランチ」。午後は、老舗の名店を回って「美人食材」を買い込み、宿泊は有名ホテルの「美人ステイプラン」で――。

「こんな過ごし方、いかがですか」とは、同プロジェクトの提唱者で事務局も務める「日本融」の中心地も、バブル崩壊以降

開発商品30種以上

は山一證券の破たんや大手百貨店の閉鎖、問屋街の相次ぐ倒産などで低落傾向に。都内の都市間競争でも、六本木や丸の内などに遅れをとりがちだったという。

■新聞も発行

このため、危機感を持った地元企業や住民が結束。六年ほど前から活性化策を探る一方、大型商業施設「コレド日本橋」、老舗百貨店の改装など再開発の

波も訪れ、ハード、ソフト両面で再生への条件が整ってきた。その中でインパクトのある切り口として浮上したのが「日本橋美人」。山田さんは「京美人、秋田美人など地域独自の美人像が、活性化に役立っている例がヒントになった。日本橋と言えは伝統や歴史といった硬派のイメージが強いが、女性の視点でも魅力的な街であることをPRすべきだと思った」と話す。

プロジェクトの中心となるのが、三十種類以上のオリジナル商品やプランだ。「食」では和洋中の各人気店が美人をテーマにしたメニューを開発したほか、パン、和菓子屋、カクテ

ル、ハーブティ、漢方パッケージなどで「日本橋美人」を冠にした商品が登場。これらに文化施設などを結びつけた「美人めぐりコース」をつくり、「日本橋美人新聞」を発行して紹介。近く関連本の出版も予定している。

利用者にとって心配なのは先立つものだが、「お金の使い方が上手なことも、日本橋美人の要素の一つ。そういうメニューもあるし、日本橋の雰囲気自体が幅広い層の女性を洗練してくるはず」と山田さん。

同プロジェクトの強みは、企業が地域おこしに無償で協力する土壌があることだ。ここ数年、地元企業から女性社員を派遣してもらって「日本橋OLクラブ」として活性化策を検討してきた経緯があり、今回も主要企業、団体が支援。「美人商品」の新提案も続々寄せられているという。



「日本橋は女性に魅力的な街」と話す提唱者の山田さん。「美人新聞」とともに、関連本も出版するという

(東京・中央区)

日本橋美人新聞はHP(「日本橋美人」で検索可)で紹介している。