

「花の文化」はビジネスチャンス

江戸のまちは緑豊かな庭園都市。「武都」と言われたように大名屋敷(上・中・下・抱)などの武家地が約50%を占めており、庶民の土地は約15%の17k㎡に約50万人、実に人口密度は約3万人/k㎡と現在の東京23区の人口密度が約1.5万人/k㎡と2倍の「過密」状態という特異な都市構造の上に存在していた。

現在、「公園」と言えば、行政＝官が造ってくれるものと誰もが信じて疑わない。事実江戸幕府でも8代将軍吉宗は、「墨堤」(墨田区)、飛鳥山(北区)、御殿山(品川区)、小金井には「桜」を中野には「桃」を植栽した。

これらの場所は何れも日本橋を起点として約二里(8km)と、江戸の外縁部に計画的に庶民が半日で行って楽しめる「みどりの空間」を創出している。その背景には「米将軍」と揶揄され、「享保の飢饉」などに伴う一揆や打ちこわしといった政治・経済問題に苦しんだ吉宗が英断した庶民に対する「花」による行政アピールだったといえる。

しかし、庶民にとっては抑圧された社会生活の中で大いに花見を楽しんだことは言うまでもなく、その様子は浮世絵などに多く登場している。

こうした幕府がつくった官立の名所よりもむしろ多いのが庶民や寺社が造った「名所」である。『江戸名所花暦』、『江戸名所図会』といった当時の案内本は印刷技術の発達とともに庶民にまで普及していた。単に花を植えた名所ではない。品種改良に心血を注ぎ、時には俳人などの文化人を招き句会や月見などイベントの企画も盛んに行う。当然「ひと」が集まれば「カネ」も集まる。「花」は正にビジネスチャンスでもあった。

江戸の「多機能なみどり環境」～現在の「まちづくり」と「観光」を再考

今も駅名として知られる「高田馬場」。『江戸名所図会』では武士の調練用の馬場となっており、弓道的のも見て取れる。築山様の土居には、松が植えられ、馬場と往来との空間分離には無粋な柵や塀を設けずに松並木として効果的な空間演出を醸している。

更に右下の茶屋には軒から縁台上に藤棚が設えられており、茶屋で一服するひとたちの日除けとともに往来を行く人たちの目を楽しませる多機能な「みどり環境」にもなっている。

『江戸名所図会』の中の落合の螢、現在で言えば新宿区下落合二丁目あたりだろうか。墨摺りの木版画のために色彩は想像するしかないものの、田んぼの中を螢が飛びまわり、老いも若きも竹や団扇を振りかざし、「螢狩り」を楽しんでいる。

生産第一、品質確保のために農薬や化学肥料などの使用がこのような情景を日本各地から消滅させたことは誰もが認識している。江戸の昔であれば生産の場が時には名所にも変貌する。単一主義ではなく多機能な空間構成が江戸のまちの特徴のひとつでもある。

江戸庶民にとって農民の生産活動は、現代の都市人の見る田舎の風景と同様、客観的な身近な観光対象となっていたのかもしれない。「観光」の「光」とはキラッと輝く地域の良さ。歩いて行ける身近な地域の名所を再発見することは、観光の本質ともいえる。

