

GINZA

特集3

デザインする街—完

過去と未来をつなぐ繁華街〈銀座〉

日本を代表する繁華街・銀座は、今や世界をも席卷する成熟した街。その銀座を支えているのは、「お客さまがあつてこそ銀座がある」という明治時代から続く街づくりの精神と“町衆的な銀座魂と結束力”です。そこには、古いものを大切にしながら、常に新しいものに挑戦し、それを後継者に受け継いでいくシステムがしっかりと存在しています。“過去と未来をつなぐ精神的なベース”、それが、銀座のクオリティと魅力を維持し続けているのです。

今号では、「全銀座会」、「銀座通連合会」、「銀座街づくり会議」などを通して、街の人が「自分たちの街を良くしたい」と努力している銀座・街づくり活動の一端を紹介します。

区と銀座と街づくり

吉田不曇
UZUMI YOSHIDA

よしだ・うずみ——中央区副区長／1946年生まれ。1970年、早稲田大学理工学部卒業。同年、中央区に入庁。建築部、都市整備部を経て、2000年、中央区都市整備部長。2003年、中央区企画部長。2005年、中央区助役。2007年より中央区副区長（地方自治法改正に伴う職名変更）。



銀座通りから新橋方向を見る。写真中央の円筒形の建物は「三愛ドリームセンター」（日建設計工務 1963）。右手前は「和光本館」

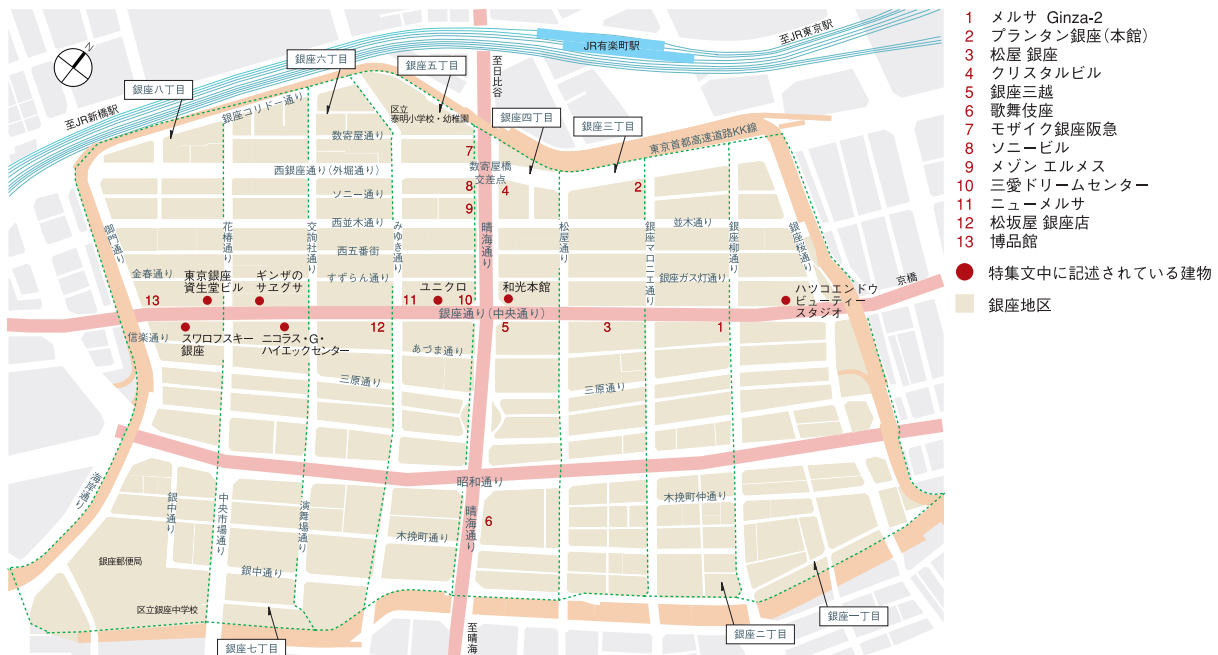
「無い物ねだりばかりされてもなあー」というセリフが発端だったような気がする。平成7年（1995）、当時の東京都都市計画局の幹部と銀座について話した時、銀座には戦前を含めて容積率制度導入以前の建物が多く、建て替

えると現状より狭くなってしまうので更新が進まないとか、新築するたびに駐車場ばかりつくられても銀座の街並みが壊れてしまうという話に、東京都から返ってきたのが冒頭のセリフである。東京都のみならず全国一律の法

令では、街づくりなど満足なことは何もできないことは承知していたけれど、こんなふうに、「地元が自ら動かない」ということを思い知らされたのである。

そこで、あらゆる機会に銀座や日本橋の状況を訴えたり、働き掛けたりしていたら、幸いにも財政出動のない景気刺激策を模索していた橋本内閣とチャンネルがつながり、その結果生まれたのが、平成9年（1997）の機能更新型高度利用地区と銀座地区計画である。これらは、商業用途を中心としたビルの建て替えには容積を緩和しましょうということと、建物の高さなど銀座独自の建築規制を定めたものであり、「銀座ルール」の第1号である。このルールを定めた時、「銀座通連合会」を始めとする街の方々とは1年余協議させていただき、区という行政体と銀座の皆さんの間に信頼感が芽生えたことが、今日までの歩みの中で最も重要な出来事であったような気がする。

次に手がけたのが、駐車場のルールである。東京都駐車場条例により延べ



特集周辺地図



左—三丁目界限 さまざまな店舗が軒を連ねる銀座通り。平日休日を問わず多くの人々で賑わう。通り沿いにはクラシカルな街路灯が立ち並び
下—八丁目界限



1,500m²を超える建物には駐車場が必要になる。しかし、銀座は容積率が高いためにほとんどのビルが対象となり、1階部分が駐車場かその出入口になってしまい、「銀ブラ」という言葉も死語になりかねない。そこで、小さなビルの駐車場は免除し、大きなビルでは規定の2割増しで駐車場をつくってもらルールを定めたのである。この銀座ル

四丁目交差点から日比谷方面を見る



ール第2号は、国土交通省、東京都、警視庁と関係者も多く、3年間の協議を要し、平成15年（2003）にまとまっている。

「銀座ルール」第3号は、高さ制限と地元協議に関するものである。建物の高さについては第1号のルールで既に定めていたが、平成14年（2002）の「都市再生特別措置法」の特区分については、当然のことながら何の定めもなかった。そういう中で、超高層ビルを含む幾つかの開発計画が企画され、街全体で「銀座に超高層は似合わない」という景観の論議まで含んだ大論争が行われたのである。これも3年間の協議を重ね、平成18年（2006）、昭和通り以西はどんな手法をとろうと高さ56m以下ということと、景観も考慮して建物や工作

物をつくる時は、まず「銀座デザイン協議会」という地元組織と協議してから公的手続きをとることをルール化したのである。

銀座という日本一の商業地で、地価も最も高い所で、これだけのルールがつくられたことや、そのお手伝いができたことは区としても誇りとするところであり、この間の地元のご努力に深く感謝するところである。しかし、街は常に動いており、未解決の問題やこれから起きてくるさまざまな問題もあるだろう。そういう意味で結びの言葉はいつも、「これからもヨロシク」である。✿

“銀座らしさ”の継承と創造

銀座の街づくり

竹沢えり子
ERIKO TAKEZAWA

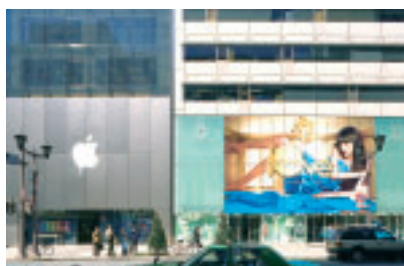
「特集3」
デザインする街—完



三原通り 銀座には多くの路地と、地元の人に大切にされたお稲荷さんがある。表通りの華やかさと対称的な、ひっそりとした、しかし温かみを感じる空間になっている

街あってこそその商売

学生を対象にしたあるシンポジウムで、「街づくりというのは、(自分の出身地であるような) シャッター商店街や過疎地でやるものだと思っていました。銀座のような繁栄した場所で、なぜ街づくりが必要なのでしょうか」という質問を受けたことがある。他の街の方々とお話する機会にも、「銀座のように恵まれていれば、(私たちのような) 苦労はないでしょう」といったようなことを言われることがある。そんな時、私は、「銀座の街づくりは今に始まったことではなく、明治5年(1872)に煉瓦街が出来上がって以来、営々と、街の皆さんが努力を積み重ねてきたから



こそ、今のような繁栄があるのです」と答える。そして、イベントなどの警備や、案内などで汗みずくで走り回っている人たちが、「銀座の若旦那」あるいは「旦那衆」本人であることを伝えると、皆が驚く。

銀座で商売するという事は、いつも崖っぷちに立たされているようなもの。少しでも気を抜けば後ろの人からトンと押されて落ちてしまう。そしてさらにその後ろには「いつか銀座に店を出したい」と思う人たちが長い行列をつくっているのだ、と言った人がいる。「銀座の商売のコツは？」と聞かれて「我慢」と答えた人もいる。銀座のような一等地で商売をする、ということは、決して楽なことではない。銀座が繁栄すればするほど、より熾烈な競争にさらされ、その中で代々の家業を受け継いでいかななくてはならないのだ。中途半端な商売はできない。

一方で、銀座の街の人たちは、銀座の街あってこそこの我が商売であることを、身に染みて理解している。だからこそ、忙しい商売の合間を縫って、街のために走り回るのである。

「銀座フィルター」の力

銀座の人たちは、銀座には何か不思議な地霊のようなものが存在していて、銀座らしくないものはいつの間にか選り分けられていなくなり、銀座らしいものだけが自然と生き残っていくのだと信じている。だからあえて、来る者

たけざわ・えりこ——銀座街づくり会議 企画運営担当／慶應義塾大学文学部卒業。出版社勤務、企画会社代表を経て、現在に至る。銀座アートエクステンションスクール事務局として、銀座の街と大学の連携プロジェクトを企画。フリーライターとしてさまざまな街の取材を重ねている。

は拒まず、去る者は追わず。それが粋な銀座の精神である。その選り分けを果たす不思議な機能を、子供服の老舗「ギンザのサエグサ」社長で銀座史研究家の三枝進さんは「銀座フィルター」と名付けた。この言葉は、すっかり銀座に定着しているようだ。

「銀座フィルター」とは、さまざまなネットワークで織られた布のようなものではないだろうか。銀座の人たちは実にさまざまなネットワークで結ばれている。店が面する通りの会、町会の他に業界団体、若手経営者の会、ロータリークラブ、出身大学のOB会など。家族代々にわたるつながりや縁戚関係も多いし、歩いているとばったり人に会うので、そこで用事が済んでしまうこともしばしばだ。銀座の地図の上に、こういったあらゆるネットワークが幾層もかぶさっていて、それがフィルターとなって、銀座らしくないものを通さないようにしていると想像してみればよい。

排他的に見えるかもしれないがそうではない。明治5年(1872)の大火によって焼け野原となった銀座には、国策として明治煉瓦街が建設されたが、その区画整理と煉瓦家屋の高家賃によって、もともと銀座で商売をしていた人の大半が入れ替わってしまったという。そして、西欧風の煉瓦街には進取の気性にあふれた商人たちが全国から集まった。つまり、ほとんどが“新参者”だったのである。ところが、銀座





左—歩行者天国のひとこま 土・日・休日の12時からは、銀座通りの中央にパラソルとイスが並べられ、人々の憩いの場になる
右—人々で賑わう銀座通り 銀座の歩行者天国が始まったのは1970年8月2日のこと。新宿、池袋、浅草で始まったが、今も続いているのは銀座だけである

が近代都市としてのイメージを内実ともに確立した頃、関東大震災によって煉瓦街はすべて崩れ去り、ここでまた半分以上が入り替わる。さらに戦災で入れ替わりが生じている。そういう歴史を背負って発展してきた銀座の商人たちは、基本的に“新参者”を拒まない。

その精神は、例えば、近年目につく海外ブランドショップとの関係にも表れている。「銀座通連合会」の中に「国際ブランド委員会」をつくって、街のために積極的に協力してもらうことにしたのである。これは国際的にもあまり例のないことのようにだが、12の海外ブランドが一同に集まって熱心に会合を開き、毎年秋に「ギンザ・インターナショナル・ジャズ・フェスティバル」を開催して、すっかり街のイベントとして定着し、好評を得ている。

未来の銀座を信じる

銀座通りと晴海通りに面する店舗を会員とする「銀座通連合会」の前身、「京新联合会」が出来たのは大正8年(1919)のこと。「銀座通連合会」は今年で90年を迎える。

ちょうど10年前、「銀座通連合会」は80周年を迎えるにあたって、何か記念になるものをと、普通であれば80年史とか過去の写真集などを出すところ、「銀座は過去を振り返るのではなく、未来を語ろう」と、「銀座まちづくりビジョン」を作成した(1999)。その中



『銀座デザインルール』(銀座街づくり会議・銀座デザイン協議会 2008.2) 街づくりの経緯、銀座らしさの考え方、地区計画の説明、さまざまなエリアや通りの説明、デザイン協議の手続きの仕方などが書かれている

で柱としたことは「歴史が生き、新しさが生きる」、「社会文化的価値が経済発展を支える」、「歩く楽しさが広がる」の3本であった。街づくり提案は抽象的なものにとどまったが、課題としては現在も生きているものばかりだ。

その後、銀座は、「全銀座会」設立(2001)、「銀座街づくり会議」設立(2004)と歩みを進めていく。また、街の骨格づくりとしては、中央区と議論を重ねた上で地区計画の策定(1998)とその改正(2006)を行い、さらに協議型街づくりを目指して、「銀座デザイン協議会」を設立している(2006)。銀座で一定以上の規模の建築物や工作物をつくる時には、中央区との合意や確認申請の前に、必ず「銀座デザイン協議会」で地元との合意を得る、という仕組みが、区によって定められたのである。「銀座街づくり会議」では平成20年(2008)、『銀座デザインルール』を発行した。デザインルールというと通常は、色の明度や看板の大きさ制限などが記されたものを想像するかもしれないが、ここには数値による決めごととは書かれていない。ここで書かれていることは、“銀座らしさ”の考え方であり、決められていることは、「銀座デザイン協議会」の仕組みだけである。

街は刻々と変わる。ましてや銀座のように変化そのものが街を発展させて



きた歴史を持ち、これからも先進的なものを取り入れ、トップランナーとして走り続けたいと考える街は、変化を恐れるわけにはいかない。また、素晴らしいシナリオをいくら描いても、そのとおりに進まないところが、生きた人間の集まりである、街の面白さだろう。

ただ「銀座らしくあれ」と共有できること、それが銀座のグランドデザインの在り方なのかもしれない。もちろん、ハードの部分の最低限の決めごととは必要だ。新しく入ってくる事業者の説明できることも大切なことだ。だがそれ以上に、“銀座らしさ”について、顔を突き合わせて話し合える人々がいること、話し合う“場”を持てることが大切なのだ、と銀座の人たちは考えているのではないだろうか。何年後、今の地区計画やデザインルールに書かれたことが、銀座にふさわしくないと思えば、また、皆で話し合っって変えていけばいい。

銀座の人たちは、未来を含めて、銀座の人たちを信頼している。場所の力を信頼しているのである。✿

「銀座街づくり会議」の歩み

遠藤 彬
AKIRA ENDO

「特集3」 デザインする街 完

私がたまたま「銀座通連合会」理事長を仰せ付かった平成15年（2003）、大きな問題が起きました。銀座通りに面した約100m四方の2街区を再開発し、高さ200mの超高層を建てるという大規模開発計画の原案がいきなり「銀座通連合会」に持ち込まれたのです。開発者側は専門家集団で、あらゆる研究をなさってつくられた計画は都市再生特別措置法に基づいた建設可能な計画で、極めて理論的でしっかりしたご提案でした。

平成9年（1997）、国の規制緩和の一環として容積率の割り増しが認められ、各都道府県に機能更新型高度利用地区が創設され、これを機に、翌平成10年（1998）には中央区さんと「銀座通連合会」は直ちに銀座地区における地区計画づくりに取り組みました。協議の末、銀座通り、晴海通りなどに面した所は最高高さ56m、容積率1,100%、並木通りなどは最高高さ48mで容積率800%などが決められました。なかでも一番大きかったのは壁面後退の問題です。中央区さんの最初のご提案は50cm。しかし、銀座は大変地価が高いため、50cmといえども大変な金額になります。中央区さんと再三にわたって話し合いを重ね、大きな通りに面した所では、最終的には20cmに落ち着きました。こうして最初の地区計画「銀座ルール」が出来上がりました。したが

って、以後は地区計画で決めた高さ56m以下で銀座の街並みはつくられていくと考え、超高層については全く想定していませんでした。われわれは地区計画に、総合設計制度や特区などの例外事項があることに気付いていなかったのです。そこに200mの計画案が出され、銀座の街の人たちは、自分たちがつくった「銀座ルール」が、新しい法律によって知らないうちに乗り越えられてしまうことに大いに驚きました。そこで、いろいろな方に相談しながら「街の総意として、銀座に超高層ビルが本当に必要なのか」を改めて検討することになったのです。

平成16年（2004）、専門家に入っただき「銀座街づくり会議」を立ち上げ、一緒に勉強する「場」を設けました。いろいろな先生をお呼びしてシンポジウムを開き、街の人たちが「銀座の街の歴史と魅力を将来に向け継続して保持するためにはどうするか」、「どういふ街がわれわれにとって、あるいはお客さまにとって魅力的なのか」を考えました。そして平成17年（2005）から、中央区さんと地区計画の見直しに取り掛かり、中央区さんは結論が出るまで「銀座における大規模開発は凍結する」という方針を出しました。そして平成18年（2006）、中央区さんとの話し合いを経て、地区計画から例外事項を削除していただきました。銀座

えんどう・あきら—遠藤波津子グループ 代表取締役社長／1943年生まれ。1968年、慶応義塾大学工学部卒業。札幌テレビ放送を経て、1973年、遠藤波津子美容室入社。常務取締役、専務取締役、ハツコエンドウ ウェディングス副社長、遠藤商事社長を経て、1993年より、遠藤波津子美容室・ハツコエンドウ ウェディングス代表取締役社長。2003年～、銀座通連合会第9代理事長。現在、全銀座会代表幹事、銀座街づくり会議評議会議長など。

の建物は“最高高さ56m+工作物10m”となり、銀座通りから昭和通りの間には、56mを超える建物は建てられないことが条例化されました。ただし、昭和通り沿道以東の歌舞伎座側は、文化の継承・維持に寄与する大規模開発についてのみ、高さの特例が認められます。こうして新しい地区計画「銀座ルール」が出来ました。一番の特長は“協議型の街づくり”をすることを、ルールの中で謳っていただいたことです。「銀座デザイン協議会」をつくり、一定以上の規模の建築物と工作物については“建物とデザインの概要”を一旦、「銀座デザイン協議会」に落としていただき、そこで“適当”と判断したものが中央区さんの許認可に回るシステムがつけられました。これによって、あまり違和感のある建物は出来なくなりました。昔から銀座の街にはいろいろな商業が入ってきましたが、それを拒まずに受け入れてきました。排他的ではないのが銀座の特長です。規制することはかえって街をつまらなくしてしまう恐れがありますので、『銀座デザインルール』を読んで、銀座のコンセプトをご理解いただいた上で建てていただく。まだまだ途中ですが、できれば慣例法の事例を積み上げ、話し合いで変えていただく場合の参考にし、“銀座らしい街の維持・継承”に努力したいと思っています。*（談）



歩行者天国時の銀座通り



左—三原通りから京橋方向を見る
右—晴海通りを挟んで右に見えるのは吉田五十八設計の「歌舞伎座」（1950）。国の登録有形文化財に指定されている

夕方の銀座通り 一丁目界隈から新橋方向を見る

銀座の街と資生堂

福原義春

YOSHIHARU FUKUHARA

「特集3」
デザインする街—完

銀座は、江戸時代に銀貨の鑄造所が出来たことから「銀座」と呼ばれるようになり、ほとんど人が住んでいなかったこの地に、次第に全国から人が集まって、盛んに商売が行われるようになりました。この頃から、銀座の街には3つのコンセプトがありました。1つ目は「日本人に西洋文化を見せるショールーム」、2つ目は「外国人に日本文化を見せるショールーム」、そして3つ目は、度重なる東京の大火を教訓に、「耐火煉瓦の防火壁にし、火災に強い街をつくる」というものです。街には煉瓦造の建築が建ち並び、新規事業を興す人たちが増え、ハイカラな街がつかわれていきました。

同時に銀座は、通信社、広告社、出版社、印刷所などが集まるメディアの街でもありました。いち早く多くの情報が入ってくるため、銀座の街はさら

銀座通り 写真中央に見えるのが「東京銀座資生堂ビル」



に活気を増していきました。

明治5年（1872）、福原有信は、日本初の西洋風調剤薬局として銀座に「資生堂薬局」を開業しました。徐々に大衆薬や化粧品も開発し、外国の優れた商品とともに販売するようになりました。その後、アメリカで処方薬と日常雑貨を売る傍らに軽食・飲料コーナーがあるドラッグストアの存在を知り、帰国すると早速それを参考にし、「資生堂薬局」でソーダ水やアイスクリームを売り始めました。好評を博すと、さらに本格的なレストランを目指し、明治38年（1905）に「資生堂パーラー」が誕生しました。また大正8年（1919）には、「資生堂ギャラリー」をオープンさせました。それが現存する最古のギャラリーです。いずれもハイカラな銀座ゆえに受け入れられた新業態で、最先端を走ると自負する資生堂独自の挑戦でした。

その後、関東大震災で銀座が焼け野原になると、内務大臣の後藤新平は、東京改造計画として銀座の南北を貫く大幹線道路、昭和通りを建設しました。一方、今和次郎や村山知義など若い芸術家たちが、バラック建築とその装飾活動[*]として廃墟に新しいエネルギーを与え、銀座は息を吹き返しました。

第二次世界大戦で再び焼け野原になった銀座は、戦後の勢いに後押しされ、華やかさを取り戻しました。80年代に入るとバブル経済の影響で、銀座には銀行や証券会社が進出してきました。このまま金融街になるのではないかと危惧されましたが、バブルの崩壊によって次第に銀行などが減って、その代わりに海外ブランドの旗艦店が入ってきました。最近では「ユニクロ」のような新業態の店も進出するなど、銀座には時代を反映した店が次から次へと現れました。

ふくはら・よしはる——資生堂 名誉会長／1931年生まれ。1953年、慶應義塾大学卒業後、資生堂入社。代表取締役社長、代表取締役会長を歴任後、現在に至る。東京都写真美術館館長、企業メセナ協議会会長、東京文化芸術評議会会長、文字・活字文化推進機構会長など、他公職多数。中央区名誉区民。

主な著書：『ぼくの複線人生』（岩波書店 2007）など。

銀座に新しい店が出来る時は、まず銀座のコンセプトを理解していただき、街全体に活気を与える存在になることをお願いしています。かつて私の祖母が「皆さんのおかげで銀座があり、銀座があるのおかげで資生堂がある」と言いながら、毎朝、銀座通りを掃除している方々にごあいさつしていたそうですが、銀座を利用しているみんなが、自分の店の成功だけでなく、美しく快適な街にしていけることを認識することが大事だと思っています。

平成13年（2001）、銀座8丁目に「東京銀座資生堂ビル」が誕生しました。設計者は都市計画の視点をしっかりお持ちになっているスペインの建築家、リカルド・ボフィルです。銀座や資生堂の歴史、さらには銀座にビルを建てる意味などを十分に理解し設計していただきましたが、かつての煉瓦造の建物を彷彿とさせる温かみのある建物が出来ました。このビルは単なる商業ビルではなく、文化発信の拠点であり、また機能更新型高度利用地区の利用による高さと容積率の緩和第1号としての銀座のシンボルでもあります。そして今後100年に向かって、銀座の都市計画の出発点となる役目を担っています。

未来の予測はできませんが、かつての銀座のコンセプトは今なお生きています。脈々と受け継がれている伝統と、新しいものを取り入れていくハイカラな精神こそが、銀座のバックグラウンドです。この精神をみんなで共有し、守っていくことが銀座の使命だと思っています。*（談）

[*] 関東大震災後の銀座は、画家や彫刻家、舞台装置家などを目指す若者たちが芸術運動を展開する格好の場となった。前衛芸術家の村山知義の率いるマヴォは「バー・オララ」等の建物の外観やインテリアにおいて、前衛的なダダイズム的表現を試みた。また考現学を提唱した早稲田の今和次郎は、母校・東京美術学校の後輩たちを集めて「バラック装飾社」を結成。その代表作・銀座「カフェ・キリン」では、ロココやヌーボー、あるいは未来派やキュビズム等の斬新なデザインが展開された（大川）

スワロフスキー銀座

店舗デザイン：吉岡徳仁デザイン事務所

クリスタルの無限の可能性を表現

銀座は世界的に知名度が高く、歴史と新しいものが混在する魅力のある街です。その地に、「スワロフスキー銀座」は世界初の旗艦店として、2008年3月にオープンしました。

インテリアを手がけたのは世界的に有名なデザイナー・吉岡徳仁氏。白やシルバーを基調にしたイメージを、「クリスタル・フォレスト」というコンセプトで表現し、詩的で透明な世界を体感できるようなデザインにしてくださいました。

ブランドの顔ともいべきファサードは、1,500本近い巨大なステンレススチール製ミラーのレリーフで構成しています。昼と夜とではイメージが異なる銀座の街の風景が写り込み、いろいろな表情を見せることでクリスタルの無限の可能性を表現しています。

また、店内に一步踏み込むと、まるで森の中のワンダーランドに迷い込んだようなキラキラ輝く非日常の世界が広がります。

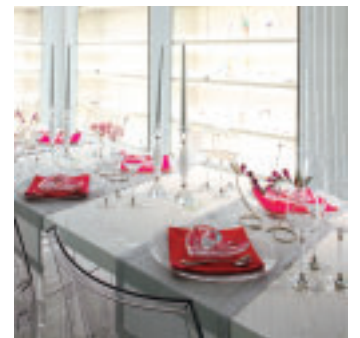
床にはカット・クリスタルを埋め込んだ人工大理石が敷き詰められ、床全体が輝いています。さらに目を惹くのは、1階から2階へと続くクリスタルの階段です。段板には総重量約1tものカット・クリスタルが埋め込まれ、バックからLED照明を当てることによって、階段がまるで光の空間に浮かんでいるように見えます。

スワロフスキーでは今後、全世界で「クリスタル・フォレスト」のイメージを展開し、多くの方々にクリスタルの魅力を広めていきたいと考えています。銀座店はそのイメージ第1号の発信店です。*（談）

スワロフスキージャパン コンシューマー・グッズ事業部
コミュニケーション・マネージャー 庄司結香

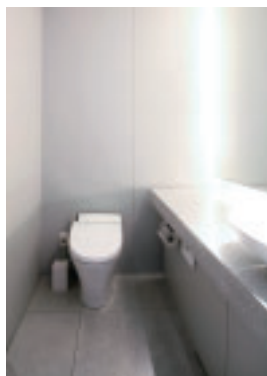


インテリアには計3t以上のクリスタルが使用されています。写真はクチュールラインを扱う2階店舗部分。左手前はスワロフスキーとイタリア・エドラ社とで制作したカウチソファ。ソファ全体に小さなクリスタルがふんだんに張り付けられています。また、照明の位置や光の加減が巧みに計算され、すべての商品をより一層美しくさせています



左—高さ8m、幅9mのファサード。夜の銀座の光がステンレススチールミラーのレリーフに反射し、さまざまな表情を見せています。中央に見えるのはスワロフスキーのロゴ。「スワン」は「気品・グレース」をイメージしています
上—2階の展示コーナー 毎回テーマを決めてディスプレイし、ライフスタイルを提案しています。写真のテーマは「バレンタイン&ホワイトデー」

Show 商空間



左—2階洗面室 床・洗面台ともにカット・クリスタルがちりばめられています。床は店内と同じ人工大理石
下—階段の段板に埋め込まれたカット・クリスタルは、バックからのLED照明によって一段と光り輝いています。奥に見えるのは「カスケード」と呼ばれるシャンデリア

時計塔の歴史と、和光のリニューアル

服部禮次郎
REJIRO HATTORI

「特集3」
デザインする街—完

銀座「和光本館」は、約10ヵ月間の改修工事を終え、平成20年（2008）11月、リニューアルオープンしました。本稿では和光の時計塔の歴史とリニューアルの概略について簡単にご紹介します。

現在の和光の時計塔は2代目にあたりますが、初代時計塔は、服部時計店創業者・服部金太郎が、明治27年（1894）に銀座四丁目交差点の朝野新聞の社屋を買い取り、増改築して建設したことに始まります。アメリカ帰りの新進気鋭の建築家・伊藤為吉[*1]が設計し、翌28年（1895）1月、服部時計店を開業しています。

当時は鉄道の開通や役所の設置などによって人々の生活が大きく変化していました。外国から横浜港に入ったものが、鉄道で直接、新橋に入るようになり、銀座には多くの店が軒を連ね、時計は徐々に必需品となってきたために、時計店の数も増え、服部時計店が出来た当時は、新橋から銀座にかけて既に時計塔が10基くらいあったと言われています。

大正時代の好況期に入ると、店舗の建て替えが計画され、仮店舗に移転し、本格的な新築工事に着手した矢先、関東大震災にあってすべてを焼失し、計画は白紙になってしまいました。建設

が再開されたのが、昭和5年（1930）です。2代目時計塔は「世界に二つとない時計塔にしたい」と、設計は渡辺仁[*2]、施工は清水組（現・清水建設）に依頼し、地上7階、地下2階、時計塔頂上まで約40mの建物が昭和7年（1932）に完成しました。ゆるい弧を描いた優雅な曲面が特徴のネオ・ルネッサンス様式の美しい建物は、銀座のみならず東京のシンボルとして日本中の憧れをかきたて評判になったと言い伝えられています。また、時代の先端をいく商品を扱う店にふさわしく、建物の内・外装には世界各国から優れた建材を輸入しており、イタリア産の大理石の外壁、アラベスク（唐草）模様の飾り金物、交差点に面した広いショーウィンドーなどは、当時としては画期的な試みとして大きな話題を集めました。

第二次世界大戦が始まると銀座も空襲の被害を受け、周囲は焼け野原になりましたが、2代目時計塔は、時計の文字や針が吹き飛ばす程度で大きな被害を受けることもなく、終戦を迎えました。まもなく進駐軍に接收され、PX（軍人用売店）として使用されましたが、昭和27年（1952）に返却を受け、改修改装の後、「和光本館」として開店しました。平成14年（2002）時計塔が70周

はっとり・れいじろう——セイコーホールディングス 名誉会長・和光 代表取締役会長／1921年生まれ。1942年、慶應義塾大学経済学部卒業。現在、日本経済団体連合会理事、慶應連合三田会会長、福澤諭吉協会理事長、交詢社副理事長、津田塾大学理事長他。銀座連通会第8代会長を務めた。

年を迎えたのを記念し「銀座とともに時を刻んで—時計塔70年記念展」を開催しました。会場には昔を懐かしむ来場者が後を絶たず、「銀座のシンボルとしての時計塔」に思い出のある方が大変多くいらっしゃることを知り、和光として、この時計塔を美しく維持していくことの実感しました。

そして平成19年（2007）、竣工後75年を迎えたのを機に、耐震性の強化と全館の改修工事を決断しました。その時の条件は、外観を一切変えないこと。また、この改修工事では、創建時の哲学と渡辺仁の意匠を復活し、残っていた図面や現存する写真・資料を徹底的に検証し、竣工当時の意匠を一部復元することなどにも挑戦しました。

今回の改修工事にあたっては、採算性を考え、高層ビルへの建て替えを勧める方もいらっしゃいましたが、それが果たして銀座にとって幸せなのか。昨今、銀座の街でも歴史的なビルが次々と姿を消し、高層ビルに建て替えられています。私どもは文化的価値のある優れた都市景観を維持していくことの方が大事であると思いました。昭和63年（1988）には、日本建築士連合会の選定する東京都のランドマークに選定されるなど、「和光本館」は銀座のシンボルとして長い年月をかけて多くの人に親しまれてきました。モボ・モガが行き交う華やかな時代から常に人々の憧れであった和光の時計塔を、今後もできるだけ守り、文化的価値のある優れた都市景観を、後世にまで提供し続けられるように努力したいと考えています。*（談）



銀座のシンボル「和光本館」の時計塔

[*1] 伊藤為吉（1864～1943） 建築家・発明家／主な作品に、「帝国博品館動工場」、「愛宕ホテル」、「本郷春木町の中央会堂」などがある

[*2] 渡辺仁（1887～1973） 建築家／主な作品に、「東京帝室博物館」、「第一生命保険相互会社」などがある

ニコラス・G・ハイエク センター

設計：坂茂建築設計

“銀座らしさ”と
“銀座にはないもの”の共存

坂茂

SHIGERU BAN

スウォッチ・グループが世界で初めてショールームを兼ねた本社ビルを建設することになり、コンペによって私たちの案が選ばれた。コンペでは、中央通りとあづま通りに挟まれた幅14m、奥行き34mの敷地の1~4階に、7つのブランドの独立したブティックを入れることが要求された。しかし、この間口では1ブランドしか中央通りに面することができない。私たちは、一等地にあってもその価値が1つのブランドしか享受できないことを不公平と考え、これを設計の手掛かりとした。

近年、銀座では数多くの海外ブランドが出店し、ユニークなファサードを競っている。私たちはファサード上の提案ではなく、空間的・建築的な解決方法を探すべきと考えた。具体的には1階を開放してパブリックな散歩道とし、7つのブランドのガラスのショールームを配した。それがエレベータとなって各ブティックに直接つながる、という構成である。与えられたプログラムを無視することはリスクな賭けだったが、元エンジニアのオーナー・ハイエク氏は、この大胆な発想を受け入れてくれた。

そして銀座の街の特徴は、表通りから1本入った裏道にも間口の狭い小さな店がひしめき合っているところにある。だが、土地が高価なために緑や水のある場所がない。ここでは1~13階まで52mの壁一面を緑化し、また高さ15mの滝は散歩道にかすかな水音を響かせている。

“銀座らしさ”と“銀座にはないもの”を共存させた、新しいアイデンティティを持ったビルを、銀座の街につくり出せたと思う。* (談)

ばん・しげる——建築家/1957年生まれ。南カリフォルニア建築大学、クーパー・ユニオン建築学部卒業。1982年、磯崎新アトリエに勤務。1985年、坂茂建築設計設立。1995年～、国連難民高等弁務官事務所（UNHCR）コンサルタント、同時にNGO VAN設立。2001～08年、慶応義塾大学環境情報学部教授。
主な作品：カーテンウォールの家（1995）、紙の家（1995）、ハノーバー国際博覧会日本館（2000）、成蹊大学情報図書館（2006）など。



Show 商空間

4階「ジャケ・ドロー」のブティック ブランドのイメージカラー・ダークブラウンを踏襲し、スリランカ原産の黒檀を素材に採用した。黒檀はスマトラ島沖地震後、被災地の漁村再建にかかわっていた中で出会った木である。「ユニットシステム」によって、イス、テーブル、ディスプレイまでトータルにデザインしている。写真左奥がショールームエレベータ



上——「アベニュー・ドゥ・タン（時の小道）」と名付けられた散歩道が、中央通りとあづま通りを結ぶ。床材は表通りの歩道に合わせ、外部空間を引き込んでいる。7つのショールームが並ぶことで、通りに対する露出が公平になった。写真右側の壁には植栽が積み重なり、また石の壁を伝って水が流れている（写真3点とも：平井宏行）
左——中央通りから見た全景 4階までがショールーム、その上はカスタマーサービスとオフィス、最上階にはイベントホールが入る。営業時間外は、ガラスのシャッターが下りる。写真はすべて開けた状態

