

UDLM

2023年も過ぎ去ろうとする時候、「師走」の名が示す通り、都市デザイン研究室のメンバーも慌ただしく毎日を過ごしています。

そんな目まぐるしい年の瀬の様相の移り変わりについて、「市」の観点から改めて振り返りました。

12

vol.340

December 31st

2023

年の瀬と市



- p.2 年の瀬と「市」の場
- p.3-5 時代による年の瀬の「市」
- p.6 都市の瀬の「市」出現タイムライン
- p.7 デザ研メンバーの年越し

△浅草寺と参拝客。休日やシーズンでは寒空の下でも参拝の列が途切れることはなく、その喧騒は年末の訪れを予感させる。

年末の「市」とその起源

年末、特に大晦日直前は、門松やしめ飾りといった「縁起物」とされる装飾物やおせち・雑煮などの食料のほか、日用品の買いだめなど多くの購買が生じる。こうした潮流は近年ではネットショッピングでも見られ、現実の都市空間でもネット上でも「年末商戦」が激化するようになって久しい。

なぜ年末に買い物をする？ - 正月事始め -

そもそも何故正月に備えて年末に買い物をする慣習がついたのか。それには「正月事始め」という慣習が関わっている。

日本の神道において、年の幸せや豊作をもたらす「歳神様」は新年に訪れるという信仰から、松迎えなどといった正月に向けての「準備」を行う習慣があった。また、元々正月三が日は家で新年の到来を祝う「年籠り」が一般的で、家から出ないこともそうした理由の一つとして挙げられる。

さて、こうした年の瀬の時期に現れる特有の「市」は何を源流としているのだろうか。また、時代の変遷を経て現代ではこうした「市」はどのような形で現れているのだろうか。本号ではこうした年の瀬に表出する市に着目し、空間的・時間的に概観することを狙いとする。



大晦日に門松やしめ縄を売る様子



商家における煤払いの様子



現代の羽子板市の様子

- ・昔は「年末の買い物」はどこで行われていたのか？
- ・今は買い物の場はいつ、どこで発生しているのか？

年末の「市」の場の発生とその変遷を見る

年末に買い物をする慣習は江戸期から既にあり、年末にこうした「正月に向けた買い物ができる場」が市にできていく流れは当時既にあったと見なせる。代表的なものとして、浅草寺で12月中旬に開催される「羽子板市」があり、他にも鷺神社での「酉の市」など、現代に継承されているものも少なくない。

そこで、まずは浅草寺を江戸期から継承されてきた「年の瀬ならではの市」について、ミクロな場所でどのような形態で市が出現しているか（露店が出来るのか、既存店舗で売り物だけ変わるか）、またどのような物を取り扱っているのかについて調べてみる。

「浅草羽子板市」の成り立ち

毎月18日は觀世音菩薩の縁日とされており、特に12月18日は「納めの觀音」とも呼ばれる日である。

江戸時代、この日と前日の17日は「觀音の縁日」に備えて、境内に露店が集まり、正月用品や縁起物を販売する「歳の市」が開催されていた。浅草寺の歳の市は江戸一の規模で、浅草橋から上野まで店が軒を連ね、賑わいを見せた。

特に江戸末期以降、羽子板が市の中心へとシフトした。これは羽子突きの羽根が病気を食べるトンボに似ていることから縁起物とされ、女子の誕生に羽子板が贈られる風習が広がったからである。ここから歳の市は「羽子板市」と呼ばれ、現在は12月17日から19日までの3日間、境内に数十軒の羽子板店が賑わいを見せる。

店主と客の交わる楽しいやりとりは見物客をも楽しませ、師走の浅草の風物詩となっている。



画像出典

六十余州名所図会 江戸 浅草市：国立国会図書館
<https://www.ndl.go.jp/landmarks/details/detail296.html>
 歳の市 ポスター：浅草寺歳の市 公式 HP
<https://www.asakusa-toshinoichi.com/>

大晦日曙草紙（歌川広重 画）：江戸ガイド
https://edo-g.com/blog/2016/12/new_year_holiday_season.html/4
 商家煤掃：東都歳事記
<http://kumi2.com/wakaomi/douage/touto.html>

江戸期～：浅草寺周辺および境内での「市」の出現

浅草寺における市は大きく2つに区分できる。1つは仲見世通りに常時立地する商店街の店舗群、もう1つは浅草寺境内に一時的に出現する露店群である。

また、境内においてもエリアによって明確に露店の特性が分けられる。先述した羽子板市の店舗は境内の五重塔周辺（青エリア）に分布し、販売物も羽子板を中心に凧や人形、書や絵などの縁起物とされる装飾物で占められる。

一方浅草神社前や西参道方面は飲食関係の露店が纏まって出店される。ここは比較的開けたオープンスペースであり、特に浅草神社前のスペースは今回の羽子板市に限らず、物産展など他の催しにおいても露店が出され、非日常的な賑わいが現れるエリアである。

浅草寺境内



本堂東側のスペースは様々な企画が開催され、多くの露店が出店する。年の瀬ならではという雰囲気は比較的薄いが、年末の賑わいに一役買っている。（写真は先月に開催された福島物産展の様子）



大学とのコラボ展のほか、キャラクター等を模した羽子板・人形も販売され、現代的な要素も見られる。江戸期においても人気の歌舞伎役者を描いた羽子板が売られたように、当時の世相を反映した側面も現代に継承されている。

宝藏門前

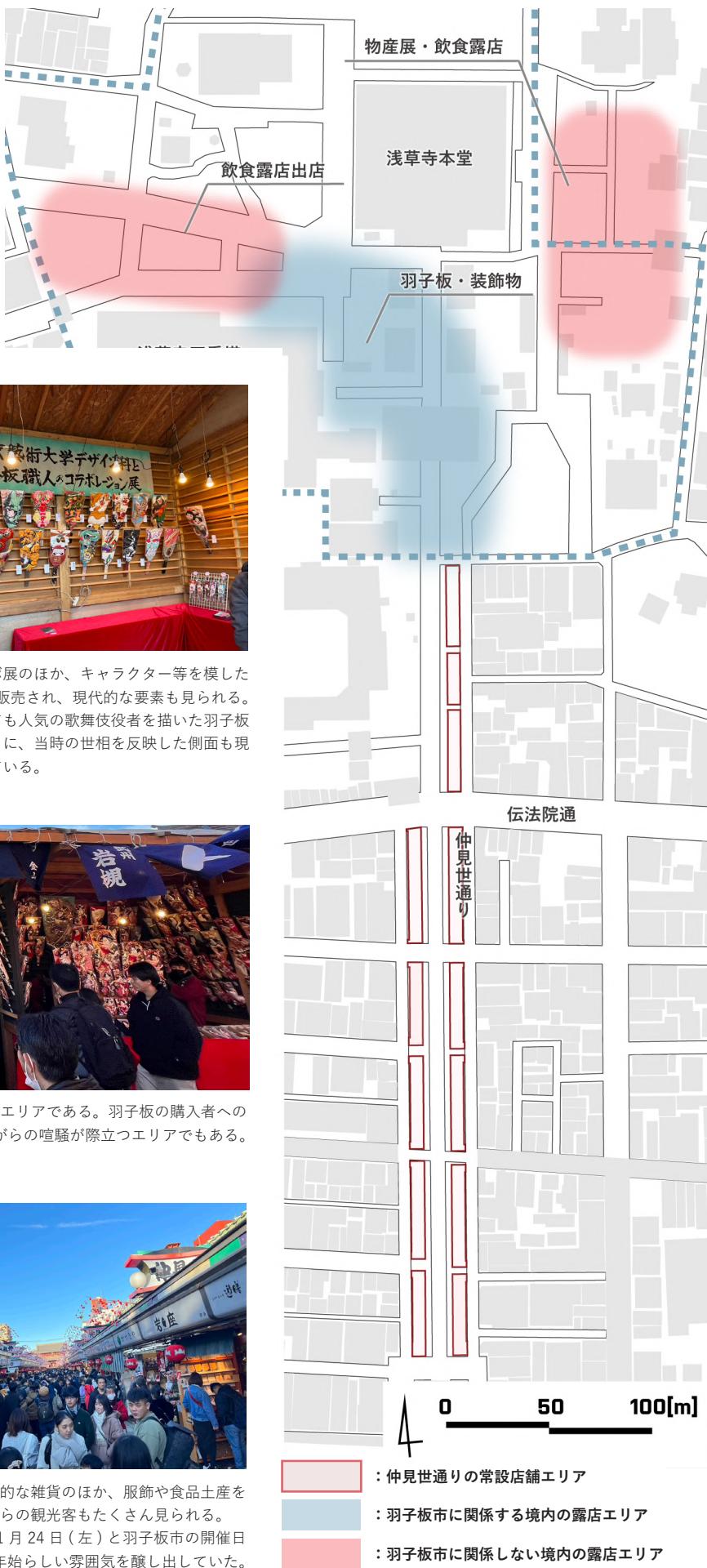


宝藏門前は仲見世通りと直結していることから特に人の賑わいが顕著なエリアである。羽子板の購入者への「三本締め」や職人の威勢良いかけあいの声などが景気よく響き、昔ながらの喧騒が際立つエリアでもある。

仲見世通り



仲見世通りは東京を代表する門前町から形成された商店街であり、伝統的な雑貨のほか、服飾や食品土産をはじめ多種多様な店舗が所狭しと立ち並ぶ。有名観光地として、海外からの観光客もたくさん見られる。仲見世の市は常設であり、年の瀬のみに現れる市には含まれないが、11月24日（左）と羽子板市の開催日である12月17日（右）を比べると、既に店先に正月飾りが施され、年末年始らしい雰囲気を醸し出していた。



江戸期～：門前町や主要街道沿いで「市」の出現

寺社での特別な催事の一方で、江戸期における門前町から発展した商店街には「縁日」という慣習が継承されている。暦上での特定の日に訪れる参拝者向けに商売をしていたことから、現在も都内的一部商店街ではそうした縁日に路上に様々なものを売る露店が現れる。そうした商店街の一つ、巣鴨地蔵通り商店街においては“4”のつく日（毎月4日、14日、24日）

が縁日とされ、12月14日の縁日では服や食器など日用品、食料品、中には易など特徴的な露店も多く見られた。その中でもカレンダーや七味唐辛子、縁起物の装飾など年末年始を象徴する露店も数多く見られ、江戸期から継承されてきた「年の瀬の買い物の場」が現出していることが読み取れる。

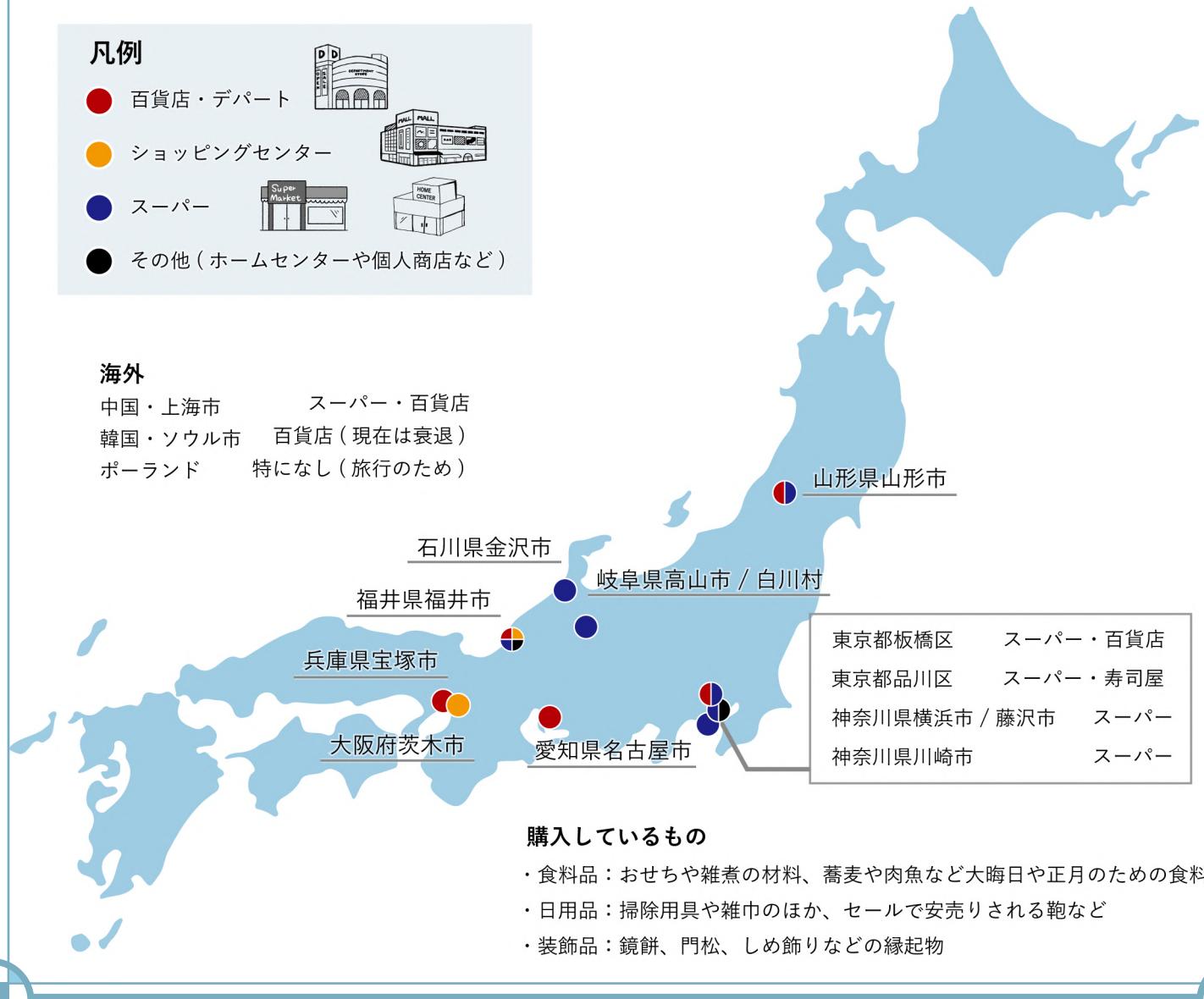


デザ研メンバー「年末の買い物」から見る市の移り変わり

上記において、江戸期に形成された市における年の瀬の様相について追ってきた。しかし、「年末の買い物」についてデザ研の学生達にアンケートを取ったところ、寺社境内や商店街での買い物経験はほとんどなく、百貨店やデパート、スーパーが殆どであった。これは20年ほど前（2000年

代初頭）には既に年の瀬の「市」がスーパー・百貨店といった明治～戦後に形成された場でも表出、商店街に置き換わる形で定着したことを暗示している。そこで、次は都内の百貨店における「年の瀬の市」表出の形態をみてみる。

幼少期に「年末の買い物」をした場所についてのアンケート結果



~ 現代：百貨店の催事場での「市」の出現

近代以降形成・発展した百貨店において、年末ならではの「市」は催事場やデパート地下等の食品街などのスペースで開かれてきた。現在も11~12月の時期には都内の百貨店ではギフトショップが設けられ、お歳暮の食品や日用品など、店舗によっては正月の装飾物を販売するスペースもある。さ

都心部において「年の瀬の市」が現れる場所のプロット



都内中心部における年の瀬の市が現れる場のプロット。近代以降の市はそれ以前での商店街等と比べ鉄道の主要駅近くなど交通利便に優れた立地に集中的に分布していることがわかる。

京王百貨店の催事場の様子(12月18日時点)



壁一面のカタログが特徴的なお歳暮ギフト



装飾品を販売するコーナーも設置

現代～：ネットギフト／ショッピングでの「市」の出現

上記のデパートやスーパーが年末の買い物の主流であった時期から20年、情報技術の進展とともにネットショッピングという形態の市場が急速に形成された。それに伴い、年の瀬の「市」は現実の都市空間に留まらずインターネット上にも表出している。

これは専用のプラットフォームに限らず、先の百貨店やスーパーにおいてもネットギフトという業態をつくり上げ、ネット上と店舗内という「二刀流」ともいべき購買サービスを提供している現状にある。

また、ネット上での「年の瀬の市」は、スーパー等と比べ時期が早い特徴がある。これは企業の休暇や商品の配達時間を考慮しての設定と考えられるが、食料や縁起物といった「もの」を新年が訪れる前に確保するという慣習的な価値観は時代を超えて不变であるということかもしれない。

らに大晦日までの数日間にデパート地下やスーパーでは「歳末セール」として食料等のセールを大々的に行い、正月のための買い物の中心的な市は商店街からこうした場所にシフトしていったことが先のアンケートからもわかる。

画像出典

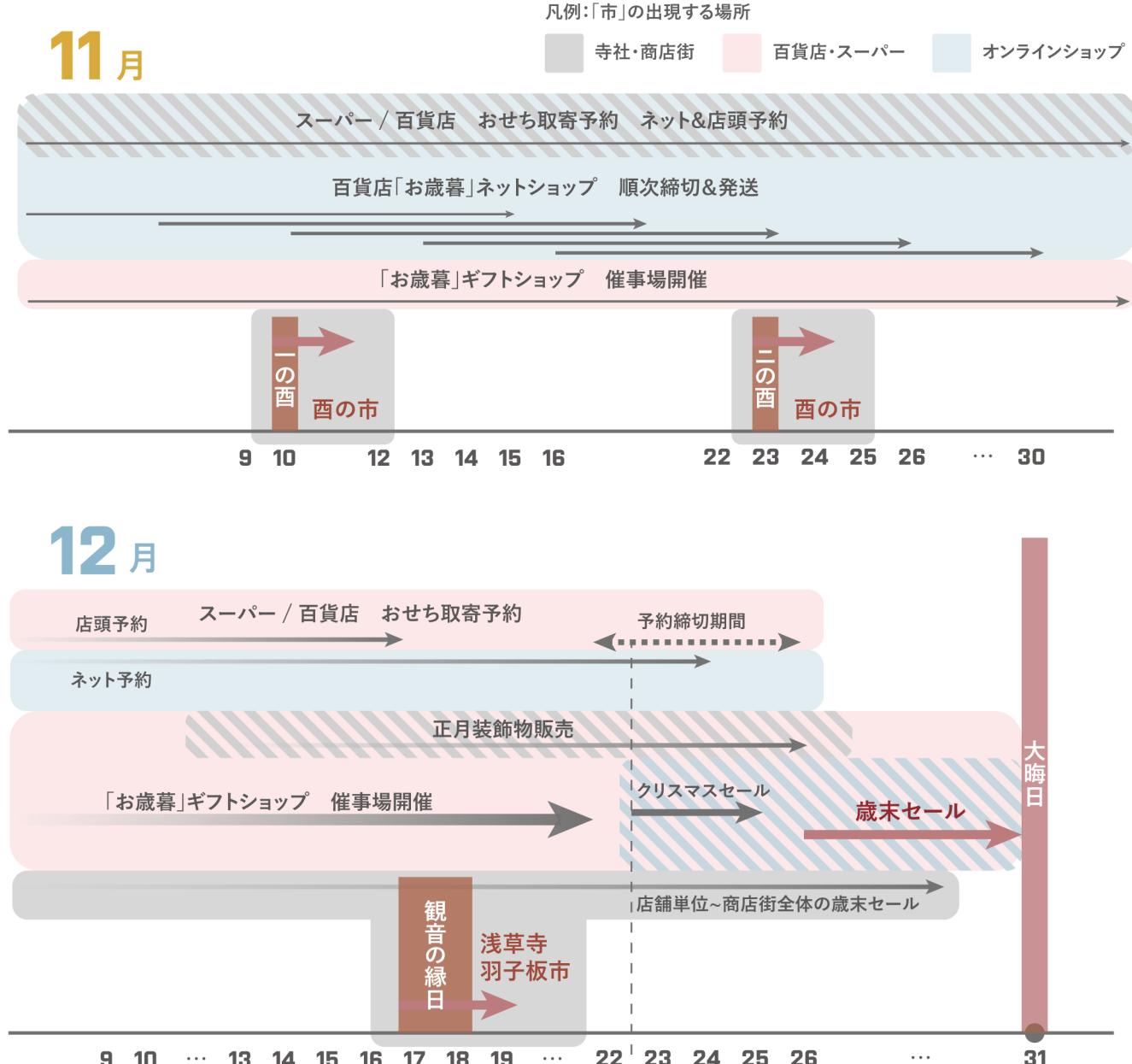
Rakuten 大感謝祭バナー：楽天
<https://www.rakuten.co.jp/>



まとめ：年の瀬の「市」の出現タイムライン

年の瀬特有の性格を有する「市」の出現の形態は、時代の移り変わりに伴い種類を増やし、主な買い物の場がシフトしたり別の役割に形を変え継承されたりなどのプロセスを通じて多様化していったことがわかった。ここ

で、今日における年の瀬の市の出現について寺社・商店街・百貨店・スーパー・ネットショップを横断的かつフラットに概観し、年末の時間軸に沿ってダイアグラム形式にまとめてみた。



今まで挙げた年の瀬に表出する特有の「市」を時間軸に沿ってまとめたところ、以下のような特徴がみられる。

寺社や江戸期に形成された商店街

当時から暦上で特別な意味をもつ日に露店を設けて年末の買い物の場を形成しており、大晦日までの時間的な連続性から独立している。

近代以降発展したスーパー・デパート

お歳暮や歳末セールなど、大晦日を終点として継続的に「年の瀬の買い物の場」を展開している。

また、そうした店舗では戦後の時期を境にクリスマス文化が到来・浸透したことで、特に22日以降はそうした年の瀬の市におけるテーマが短期間で大きく入れ替わるようになっている。

ネットショッピング / ギフト

元々大晦日前の短い期間に集中していた買い物の場が1ヶ月以上の長期、かつ周期的に現れる事例もある。代わりに大晦日よりも早い時期に締め切られる傾向にある。



このように、現代ではこうした複数の時間スケールや空間領域を有する「年の瀬の市」が重層することで、全体で見ると「年末の買い物の場」が同時多発的にいくつも出ては消えるといった印象を与え、目まぐるしく変化する都市の様相を反映していると考えられる。

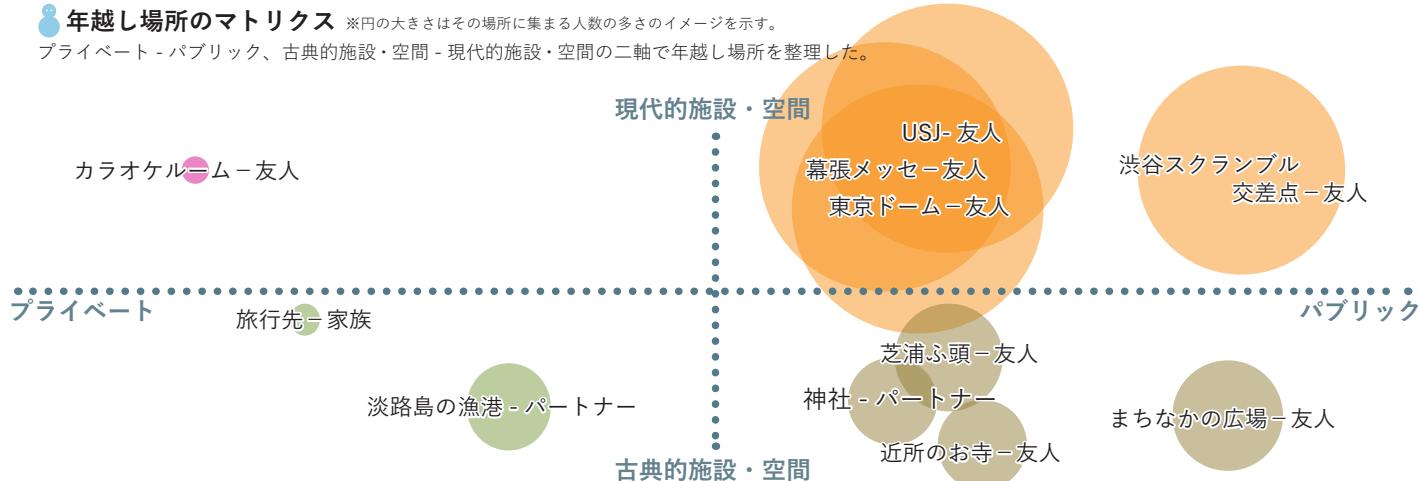
デザ研メンバーの年越し

1年の中で最後、そして1年の中で最初のイベント－年越し。『日をまたぐ』ことは毎日起こっているが、大晦日の夜－年越しあはは特別なものがある。年越しあはは家で家族と、というのが筆者の幼い頃の定番であったが、年を重ねるにつれて様々な場所で、様々な人と過ごすことが増えてきたように思う。

年越し場所のマトリクス

※円の大きさはその場所に集まる人数の多さのイメージを示す。

プライベート - パブリック、古典的施設・空間 - 現代的施設・空間の二軸で年越し場所を整理した。



マトリクス右上のような数万人規模で人が集まる場所では、同伴者は数人の友人でも、現地では多くの人々と年越しを楽しんでいたことが窺える。マトリクス右下の神社やお寺にあるような、パブリックではあるものの小規模な

しかし、年越しという特別な時間を過ごす空間だからこそ、共通して見出される空間的な特徴があるのではないかと考えた。そこで、今回はデザ研メンバーの自宅以外での年越しの過ごし方（過ごした場所と同伴者）を調査し、その空間について筆者なりの考察を加えてみた。

空間構成の分析

調査により回答を得た場所の中から、マトリクス上で離れた位置にある、カラオケルーム・お寺（一例として筆者が訪れた寺院とした）・渋谷スクランブル交差点の3箇所を抽出し、その空間構成を分析してみた。



出典：ホットペッパーグルメ



出典：清荒神清澄寺 HP



出典：読売新聞オンライン

空間の性質や規模が大きく異なる3箇所であるが、幾つか共通点を見出すことができた。1つ目に、映像や音響で年越しを知らせるシンボルとなる装置があること。カラオケや渋谷ではモニターと音響で、お寺では本殿の鐘などがそれにあたる。2つ目に、その装置の前に人が滞留できる空間が広がっていること。この時、特に屋外では着座可能かどうかを問わず、他人との距

場所では、人が集まる賑わいを享受しつつも同伴者との年越しを楽しむ様子が窺える。一方、マトリクス左上のカラオケルームのような、完全に自分たちだけの時間を楽しむ年越しも見られた。

COLUMN

POSTSCRIPT

今月は歳末や年越しをテーマに東京の商店街や百貨店を巡ったところ、変わりゆく年末の過ごし方の中にも案外昔から変わっていないかたり継承されたりする慣習・文化が思いの外多いことに驚かされた。今年も都市デザイン研は「師走」らしく忙しい様だったが、今昔をフラットに振り返り評価する視点を忘れずに持っていきたい。良いお年を！

12
月号担当
M2 音山 尚大



WEB MAGAZINE



上野プロジェクト

不忍通りブックイベント第2弾として、不忍通りの歩道の一画をお借りして社会実験を行いました。たった20m²ほどの小さな空間の設えを少しだけ工夫するだけで素敵な居場所に生まれ変わりました！(M1 元吉)

続きはコチラ >>

<https://ud.t.u-tokyo.ac.jp/ja/blog/>



デザ研大忘年会 開催！



都市デザイン研究室

鳳明館本館にて5年ぶりとなる都市デザイン研究室大忘年会が開催されました！西村先生もご参加され、OB・OG 交えた約60名が集まり、楽しいひとときを過ごしました。(M1 小林)

BOOK OF THE MONTH



実践
スポーツソーシャルマガジン

日本スポーツソーシャルマガジン
推進機構
学芸出版社
2022

市街地開催のマラソン大会によく出場する身なので、都市観光の文脈からスポーツイベントについて書かれた本を読んだ。スポーツイベントはスポーツ振興以外にも、都市のイメージ向上や地域の連帯感醸成、インフラ整備等に寄与することが分かった。(M1 東条)