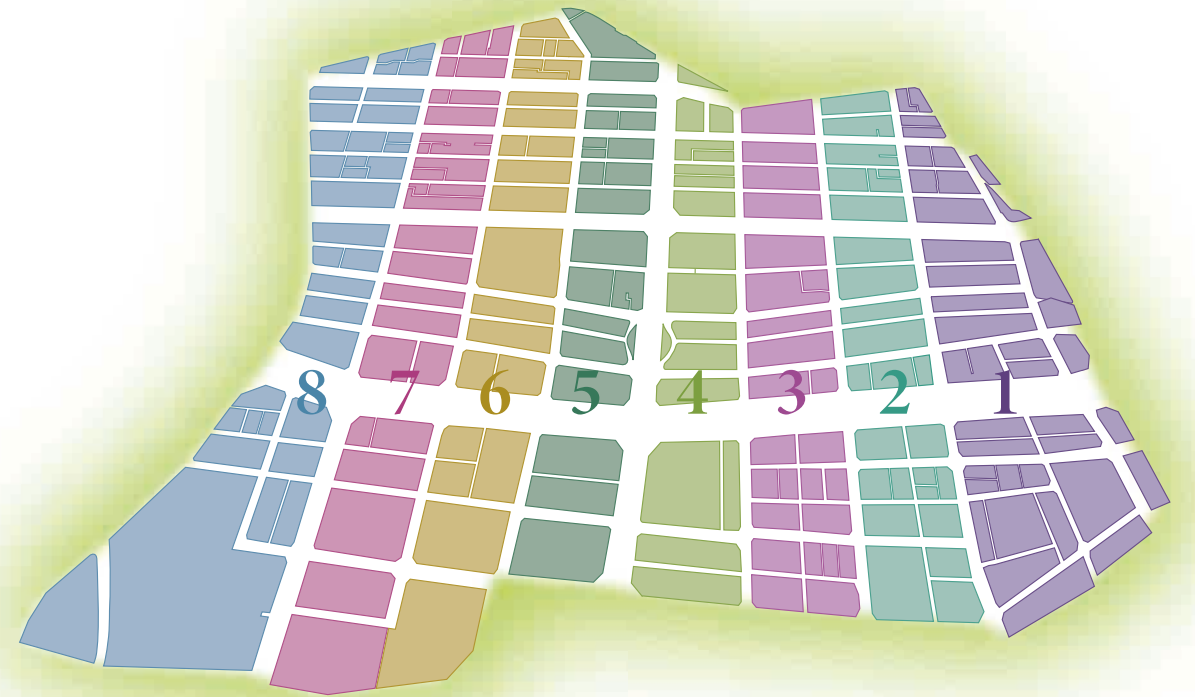




# 未来の銀座へ

G2020 活動報告書



<https://www.ginza.jp>

# G2020 に込めた想い

全銀座会会長、G2020委員長、(一社)銀座通連合会会長 **遠藤 彬**

2013年にオリンピック・パラリンピックの東京招致が決まったとき、2020年に向けて「銀座は何かをしなくてはならない」という強い思いに駆られました。そして東京大会を契機に銀座をさらに魅力的な街にしていこうという機運の高まりを受け皆様の協力を得て翌年、全銀座会のなかにG2020というプロジェクトが発足したのです。

ご承知のとおり、その後は様々な紆余曲折がありました。東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を終えた今、G2020が何を目指し何をしてきたのか、そしてこれからどうしていくのか、そのことを考えるためにこの冊子をまとめました。

## G2020 が目指したこと

2012年のロンドンオリンピック・メダリスト凱旋パレードで、銀座に多くの方々が集まった光景を見た私たちは、オリンピックの熱気や、アスリートたち、メダリストたちを身近に感じることのできる高揚感を目の当たりにして、選手村に最も近い繁華街である銀座を世界中の選手を温かくお迎えできるような街にしたいと考えました。世界中の一流アスリートに銀座でのお買い物や文化を楽しんでほしい、他のどの街とも違う銀座ならではの魅力を、世界中からの観光客の皆様にも体験してほしい。その根底には、銀座もお客様から受ける新しい刺激によってさらに表情豊かな街になれるように成長していきたいという思いがありました。オリンピック・パラリンピック開催は、銀座が次のステージにジャンプするチャンスだと思ったのです。

さっそく、日本オリンピック委員会 (JOC) や東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会、東京都はじめ多くの関係者の方々にお会いし、私たちの思いを伝えました。小池都知事との対談もさせていただきました。

同時に銀座の街として、来日する選手や観光客をどんなふうにおもてなしできるか、色々なことを考えました。たとえば1店舗ずつ担当国を決めてその国を詳しく紹介し、応援してはどうか、銀座の各通りに万国旗を掲出してはどうか、皆で各国語の挨拶を覚えてアスリートたちにお声がけできるようにはどうか、など。また、自国でも銀座での思い出が残るように様々な銀座グッズを作ることも企画しました。世界中に「GINZA」のイメージが広がることを夢見て、「未知に迷おう。AMAZING GINZA」というキャッチコピーとロゴマークを作ったのもその一環です。知れば知るほど奥深い街、碁盤の目状の道に迷いながら「未知」の銀座を発見し、その出会いに驚いてほしいというメッセージが込められています。制作してくださった資生堂にはG2020メンバーで何度も通いました。デザイナーさんやコピーライターさんに銀座の思いを伝え、たくさんの案のなかから選びました。

バラスポーツにもっと親しむために、皆でルールを勉強して観戦しようという話もありました。また、街として「ユニバーサルマナー検定」にも取り組みました。銀座は古い街なので街なかに段差も多く、中小ビルではエレベーターやトイレも狭小です。ハードの部分を一気に変えることはできませんが、ハート=人の力・街の力に対応し、高齢者、障害者、ベビーカーを押す方等々、どのような方でも街を楽しみ安心して回遊していただきたいと考えています。様々なお店の従業員の方をはじめ数百人が検定

## 未来の銀座へ— G2020活動報告書

### 目次

G2020 に込めた想い .....	1
全銀座会会長、G2020 委員長／(一社)銀座通連合会会長 遠藤 彬	
G2020 の取り組み .....	4
学びと対話の場づくり—銀座の街を俯瞰して捉え直す .....	6
▷レクチャーシリーズ	
▷Amazing Ginza! Talk	
街をひらく—銀座への入口をつくる .....	14
▷GINZA PROGRESSIVE	
▷感覚の洗濯 in 銀座	
【特別寄稿】銀座におけるアートプロジェクトの可能性 .....	16
P3 art and environment 統括ディレクター 芹沢高志	
2020年の銀座から見えてきた、未来への「道」 .....	18
銀座 伊東屋 伊藤 明 MATSUZAKI SHOTEN 松崎宗平 銀座 越後屋 永井真未	
あとがき .....	25

未来の銀座へ— G2020 活動報告書

発行日：2021年12月27日

発行者：全銀座会 G2020 〒104-0061 東京都中央区銀座 4-6-1 三和ビル 3F Tel.03-3561-0919

企画・制作：全銀座会 G2020 (永井真未、銀座街づくり会議事務局)、合同会社渚と

デザイン：長尾敦子、山口華代 (長尾事務所) 編集・執筆：清水康介

印刷：株式会社グラフィック

※無断転載禁止 Printed in Japan ©2021

で3級を取得しました。そして言語や文化の違いがあっても銀座を楽しんでいただけるように、ガイドブック「旅行指南享受銀座 / How to Enjoy the Town of Ginza」も発行しました。

このようなことは、これまででも街として取り組まなければならなかった課題ですが、オリンピック・パラリンピックを機に、未来へのレガシーとして取り組むことにしました。そうした課題は他にもあります。たとえば交通問題です。選手村や臨海部の競技会場と都心を結ぶ公共交通機関がないことは、銀座が抱えている交通問題と深くリンクしていました。このことは、2015年に発表した「銀座モビリティ・デザイン案」に、臨海部と銀座、そして東京駅を結ぶBRT誘致構想として描かれました。

## 街の実態を把握することの大切さ

ところが、2020年初頭よりコロナ禍という思いもよらぬ事態が世界中を襲いました。大会が1年延期されただけでなく、G2020の活動そのものを大きく縮小せざるをえませんでした。東京2020大会は2021年に無観客で行われ、銀座にアスリートたちや多くの観光客が集うこともありませんでした。

G2020では、コロナ禍の商店への影響や要望を取りまとめるためアンケートを実施し、個々の商店の困りごと、要求といった既存の枠組みからは漏れがちなものごとを拾い上げて対応を検討しました。これは、G2020が全銀座会の各委員会を横断的につなぐ組織として機能していたからできたことです。

アンケートでは、「銀座の街としてまとまったコロナ対応を打ち出すべき」、「医療機関への支援などのアクションを起こすべきではないか」とのご意見も多数いただきました。実際には、個店の事情がそれぞれ違うことから街全体として行動を起こすことは難しかったのですが、この取り組みから見えてきた課題が、街の基盤となる情報の把握でした。銀座全体の商店数、業種・業態、規模、そして経済活動はどんなふうに変化し、コロナ禍はどのような影響をもたらしたのか。街の実態を把握し、俯瞰してアクションを考えていくためには日常的な情報の積み重ねが重要なヒントになることを実感しました。今後、情報の把握を強化していくことは街の課題です。

今思えば必要以上の自粛ムードのなか、行政と連携して取り組めたこともあったかもしれません。街としていつ何ができたのか、私たちは今も悩み考え続けています。

## コロナ禍がもたらした気づき

私たちはコロナ禍で多くのことを断念しました。一方、コロナ禍によって私たちは多くの気づきを得ました。これまで当たり前のように行ってきたことを、何のために・誰のために行うのか、あらためて明確にしなければ何もできませんでした。この気づきをもとに、私たちは新しいステージに進まなくてはなりません。今は皆、できないことが多いとばかり思い込んでいますが、銀座にしかできないこと、銀座らしさや銀座文化を醸成する取り組みが必ずあるはずで。銀座は、そういうことにいつも挑戦し続けている街でありたいのです。行政や民間企業の様々な力をお借りしなければならないかもしれませんが、頼れるところは頼りつつ、銀座はさらに進化したいと考えます。

今私たちは集客を目標にしにくくなっていますが、ホスピタリティを大切にすることや街の滞在価値を高めるといったG2020が取り組んできたことは、将来も街の考え方として残るのではないかと考えています。銀座ならではのきめ細かいサービスを見つめ直し、原点を忘れずに次に進むことが重要なのではないのでしょうか。コロナ禍において、いらしてくださったお客様に素晴らしい体験をしていただけるよう努力を集中したことは、次の時代に必ず生きてくると思います。

## これからの銀座への提案書として

パラリンピックが終了して約1か月後の2021年10月、約半年ぶりに銀座通りの歩行者天国が再開しました。お客様の顔は喜びにあふれ、改めて銀座が50年以上続けてきた歩行者天国の大切さを認識しました。この公共空間をさらに生かし、歩いて楽しい銀座、銀ぶらの街・銀座がにぎわう仕掛けを皆で考えていきたいと感じました。

コロナ禍を経て色々なところで、これからの銀座ヴィジョンを再構築すべきとの声を聴くようになりました。アフターコロナの時代に、全銀座で心をひとつにした目標を持つことは大変重要です。その上で、全銀座としての情報発信や、たとえば各店のお客様のプラットフォームのような場をつくり、そこから他業種連携して回遊を生み銀座での滞在時間を延ばしていけるような仕組みづくり、といった横串のアイデアを考え実行できたら良いと思います。ふるさと納税などを活用して街の財源確保の仕組みを考えることも重要です。そしてG2020の活動が、全銀座会の各委員会を横断的につなぎ全体を俯瞰するようなセクションへと発展させていくことを検討しています。

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会も終了し、私たちのG2020の活動も終わります。コロナ禍の影響で大きなムーブメントを起こすことはできませんでしたが、G2020が目指した未来、起こしたアクション、学びから得た多くの気づきはその一つひとつが大地にまかれた種のようなものです。これからどの種が、どんな木に成長していくのか。現時点で成功か失敗かは分かりません。それでも未来を信じ、新しい時代を担う人々に伝えていきたいと考え、ここにG2020の活動をまとめました。この冊子が、銀座の未来への「提案書」となり、未来に向けた銀座のアクションにつながってゆくことを願っています。

遠藤 彬(えんどうあきら)

全銀座会会長、G2020委員長、(一社)銀座通連会会長

1943年東京生まれ。慶應義塾大学卒業後、札幌テレビ放送を経て、1973年株式会社遠藤波津子美容室入社。1993年同社代表取締役社長、株式会社遠藤波津子さきのサロン(現 株式会社ハツコエンドウウェディングス)代表取締役社長就任。2003年銀座通連会理事、全銀座会代表幹事に就任(2016年まで)。銀座街づくり会議、銀座デザイン協議会を立ち上げ、銀座の街の様々な活動に日々携わっている。東京銀座ロータリークラブ会長、銀座百貨会理事、慶應倶楽部副会長、慶應連合三田会評議員などを歴任。



### Globalに開かれていく街、Ginza



2020年に向けて、銀座の街をよりいっそう魅力的にするべく発足したG2020。将来を見据えた取り組みについて、街の一体感を内部で共有するとともに、外部に対してアピールするためのツールとしてロゴマークを制作した。基盤の目になっている銀座の街の形状に、地球の緯線経線を重ね合わせたデザインで、グローバルに開かれていく街としての意味を持たせている。ロゴデザインは、資生堂が手がけた。

# G2020の取り組み

2014年から多岐にわたる活動に取り組んできたG2020。ここでは、それらの取り組みを「Commerce(商い)」「Culture(文化)」「Community(地域社会)」「Customer(来街者)」の4つの軸から評価することで、G2020全体を振り返ります。銀座の魅力を深めようと、多面的なアプローチで展開したG2020でしたが、図示的に概観したことで、「街の声を聴く」「学びと対話の場づくり」「銀座らしいおもてなしの深化」「街への親近感を高める」「街をひらく」という5つの大きなキーワードが浮かび上がってきました。

## 街の声を聴く

- ▶東京2020大会に向けた意識調査(会員アンケート)
- ▶銀座3000人会(働く人、銀座ファンを巻きこみ、地域コミュニティを強めるための取り組み)の検討
- ▶新型コロナウイルス感染症の影響による経営状況などに関する会員アンケート

## 学びと対話の場づくり

- ▶新しい銀座ヴィジョンを考える連続シンポジウム
- ▶銀座ブランドを考えるシンポジウム
- ▶レクチャーシリーズ(p.6～p.7)
- ▶Amazing Ginza! Talk(p.8～p.13)

文化で支える、文化を育む

commerce

世界が  
あこがれる  
銀座

culture

歩いて楽しい

## 銀座らしいおもてなしの深化

- ▶外国人観光客への対応に関する会員アンケート
- ▶国際儀礼に関するプロトコル勉強会
- ▶ユニバーサルマナー検定
- ▶ミライロリサーチ(バリアフリーの実態調査)
- ▶「旅行指南享受銀座／How to Enjoy the Town of Ginza」発行

## 街への親近感を高める

- ▶キャッチコピー「未知に迷おう。AMAZING GINZA」とロゴ発表(p.23)
- ▶AMAZING GINZA グッズ制作

## 街をひらく

### 公共空間における文化的取り組み

- ▶GINZA PROGRESSIVE(p.14)
- ▶感覚の洗濯 in 銀座(p.15)

## G2020活動年表

2014年	10月	G2020プロジェクト開始
2015年	1月	「外国人観光客への対応に関する会員アンケート」
	7月	プロトコル勉強会
	9月	「G2020」ロゴマーク決定 → p.3 銀座ブランドを考えるシンポジウム／街のブランドづくりとは？—銀座ブランドが輝きつづけるために 講演：片平秀貴
	11月	ユニバーサルマナー検定(以降、16回実施)
	12月	ミライロリサーチ
2016年	8月	新しい銀座ヴィジョンを考える連続シンポジウム／第1回：変貌する東京のなかの銀座 講演：中井検裕
	9月	新しい銀座ヴィジョンを考える連続シンポジウム／第2回：銀座の公共空間の活用 講演：出口敦 GINZA PROGRESSIVE / vol.1 → p.14
	10月	「旅行指南享受銀座／How to Enjoy the Town of Ginza」発行
	11月	GINZA PROGRESSIVE / vol.2 新しい銀座ヴィジョンを考える連続シンポジウム／第3回：世界から見た銀座の都市デザイン 講演：バリー・シュルトン
2017年	5月	新しい銀座ヴィジョンを考える連続シンポジウム／第4回：変わりつつある都市の街並みと建築 トークセッション：谷口吉生・豊田啓介
	7月	レクチャーシリーズ(～2018年3月まで全8回実施) → p.6,7
2018年	2月	Tokyo Tokyo Festival「銀座アートゲートクルーズ」企画応募(第2次審査まで) 銀座3000人会の検討
2019年	6月	東京2020大会に向けた意識調査(会員アンケート) 「未知に迷おう。AMAZING GINZA」キャッチコピー・ロゴ発表 → p.22
	10月	感覚の洗濯 in 銀座 → p.15
2020年	2月	中央FM Hello Radio City内「! AMAZING GINZA !」コーナー開始
	6月	UTme! AMAZING GINZA × UNIQLO TOKYO 販売開始
	7月	新型コロナウイルス感染症の影響による経営状況などに関する会員アンケート
2021年	5月	銀座三味胴 AMAZING GINZA × 松崎煎餅 販売開始
	6月	測量野帳 AMAZING GINZA × 銀座伊東屋 販売開始
	12月	「未来の銀座へー G2020活動報告書」発行

# 学びと対話の場づくり——銀座の街を俯瞰して捉え直す

## 「レクチャーシリーズ」「Amazing Ginza! Talk」

### 都市の官能、寛容、余白—— 「官能都市」「寛容社会」「場所と物語」

2人の講師を招いて「都市の魅力」について考察を巡らせた第2回。住まいに関わる調査研究を行うシンクタンク LIFULL HOME'S 総研所長の島原万丈氏は、同社が発表した調査「Sensuous City：官能都市」について話した。もう一方の登壇者は、劇団「ペピン結構設計」を率いる劇作家の石神夏希氏。「場所と物語」をキーワードに、演劇のみならずアートスペースの運営や街づくりのリサーチなど多岐にわたる石神氏の活動について聞いた。街と企業がともに学び合いながらそれぞれの価値を高めてきた銀座。当日も、資生堂銀座ビルのオフィスフロアを会場とし、同社の宣伝・デザイン部の社員も参加した。

(2017/9/1)



資生堂銀座ビル

2

the Snack



Chairs 銀座

8



銀座 蔦屋書店  
(GINZA SIX)

4

common ginza



3

### 都市戦略と文化プログラム ——銀座の文化資源とその活用の可能性

銀座 蔦屋書店の本棚に囲まれた空間で、文化政策の専門家である太下義之氏がレクチャーを行った第4回。GINZA SIX内の書店の一区画を利用した開催は、銀座の街なかに眠っている余白の多様な使い方についても大きな可能性を示した。太下氏は、大手シンクタンクの研究員として、日本および世界各国の文化政策について長年にわたる調査・研究を続けてきた経験から、「芸能」「食文化」など4つの歴史的な文脈に着目し、銀座の文化資源とその可能性を考察する。また2020年以降も見据え、「過去から現在、そして現在から未来へと継承すべき大切なもの遺産」としてのレガシーについても語られた。

(2017/10/31)

### インバウンドの先——OPEN TOKYO

2020年に向けてのインバウンドについては、シティガイド「タイムアウト東京」代表の伏谷博之氏に話を聞いた。タイムアウトは、1968年にロンドンで創刊されたシティガイドで、2012年ロンドン大会の公式ガイドも作成している。会場の common ginza は、商業施設 GINZA PLACE 内のイベントスペース。銀座四丁目交差点の南側角に位置する同地は、1911年に開業して以降、銀座のカフェ文化を牽引したカフェ・ライオンが存在した場所でもある。その後「ライオンエビスピヤホール」、「サッポロ銀座ビル」と姿を変え、2016年には、銀座の情報を発信する新たなスポットとして GINZA PLACE が誕生した。

(2017/9/21)

### 多様性社会——パラリンピックに向けて

レクチャーシリーズ最終回は、「多様性」をテーマに、特定非営利活動法人 SLOW LABEL の塚原沙和氏が登壇した。障害のある人々と多様な分野のプロフェッショナルによる現代アートの国際展「ヨコハマ・パラトリエンナーレ」を企画した経験から、物理的な側面だけでなく精神面や情報面におけるアクセシビリティの重要性が説かれた。会場となったのは、テナント入れ替えのテンポラリーな期間を有効活用するべく生まれた Chairs 銀座。家具や什器などの装飾に産業廃棄物を利用したユニークな空間で、NPOをはじめベンチャーや大企業、クリエイターや学生など、領域の異なる多様な人々が集い、交流する場として機能した。

(2018/3/27)

いくつもの多種多様な店々が協力し合う街、“銀座”。特定の大企業や行政の主導によって大きく左右されない街づくりは、銀座がとてもしっかりと大切にしていることです。だからこそ、一人ひとりが学び対話していくこと、そのことが銀座全体の成長にとっても大きな力になっています。

2020年に銀座がすべきことを探り、それを自らの力で実現するためには「銀座の文化」を考える場が必要だと、G2020では文化に関わる領域で活躍する講師を招いた「レクチャーシリーズ」を開催しました。毎回、銀座のユニークな空間を会場に選び、街が持つ魅力を確認する場ともなりました。

### THE MIRROR が銀座でめざしたこと、そして今後

2014年秋、解体前のビルを舞台にしたアートイベント「THE MIRROR」が銀座で開催された。34組のアーティストによる美術展に加えて、連日ワークショップやセミナー、パフォーマンスなどが行われた同イベント。ディレクターを務めた清水敏男氏が、その目的や背景を語る。レクチャー後のディスカッションでも、銀座の「チャレンジ」について議論が白熱したが、会場のthe Snackにおける場づくりも貴重なチャレンジといえる。地価が高いことから若手クリエイターや起業家がオフィスを構えにくい銀座にあって、「大人の秘密基地」をテーマとしたコワーキングスペースの存在は、新しいビジネスや遊びを生むための挑戦でもあった。

(2018/2/27)

### 街とメディア——ネット時代のメディア対策

メディアの活用方法については、自身もオンラインメディア「milieu (ミリュー)」の運営を手がける文筆家の塩谷舞氏がレクチャーした。学生時代に創刊したアートマガジン「SHAKE ART！」がインターネットを中心に話題を呼んだ塩谷氏。ネット時代におけるメディア対策の重要性を説いた。会場になったのは2014年に竣工した商業施設「キラリト ギンザ」。ダイヤモンドのブリリアンカットをモチーフにしたファサードが特徴の同施設だが、今回はテナント入れ替え工事のなか、結婚式場として使われていたフロアの一部を使用した。工事中の建物でも、街にひらこうとする寛容な姿勢が地域を活気づけるということも確認された会場となった。

(2018/2/16)

銀座・和光 和光ホール



5

HandShake Lounge  
(銀座 伊東屋)

1

キラリトギンザ

6

### 街とアート ——地域芸術祭・アートプロジェクトの実践を通じて

銀座の象徴として長年親しまれている銀座・和光。その和光ホールを会場に、街とアートプロジェクトの関係についてレクチャーしたのは、P3 art and environment 統括ディレクターの芹沢高志氏だ。数々の国際芸術祭のディレクターを務めてきた芹沢氏だが、キャリアのスタートはアートではなく、都市計画分野だったという。その上で自身の経験から、アーティストが街に関わることで「土地の力を蘇らせる」可能性について語った。会場の和光ホールにも歴史があり、元々は和光の社員食堂だった。1970年にホールへと姿を変えて以降、美術工芸を紹介する展覧会を数多く開催し、歴史と文化を発信し続けている。

(2017/11/30)

### 東京 2020 大会 ——文化オリンピックと銀座の創造力

記念すべき第1回のレクチャーシリーズは、ニッセイ基礎研究所の吉本光宏氏に話を聞いた。文化施設開発やアート計画のコンサルティングに携わる吉本氏は、文化政策や企業メセナ、オリンピック文化プログラムの調査研究も行っており、今回のレクチャーでは東京2020大会における文化プログラムの意義が主題となった。会場の銀座 伊東屋本館 G.ItoyaにあるHandShake Loungeは、文具店の専門店である伊東屋が、道具とともに過ごす空間や取り巻く環境をも提案するべく作り上げた新しいビジネス空間。自然光を大きく取り込む広々とした室内は、スイス Vitra 社の家具が配され、洗練された空間に仕上がっている。

(2017/7/5)

## レクチャーシリーズ

※地図上の2次元コードを読み込むと、各記事をお読みいただけます(6をのぞく)。  
※会場ならびに名称は開催当時のものです。

# Amazing Ginza! Talk

文化に関わる領域で活躍する講師を招いて講義形式で開催した「レクチャーシリーズ」に対して、「Amazing Ginza! Talk」では、銀座に深く関わる人々がホストとなる対談を実施しました。ゲストには、幅広い方面の深い専門性を備えたプロフェッショナルをお迎えし、銀座の街を多様な視点から見つめ直しました。

**No.1** 小池百合子 × 遠藤 彬  
東京都知事  
全銀座会会長、G2020委員長、(一社)銀座通連合会会長/遠藤波津子グループ代表取締役社長  
会場協力:新ばし金田中

**No.2** 吉本光宏 × 伊藤 明  
ニッセイ基礎研究所研究理事・芸術文化プロジェクト室長  
全銀座会催事委員会委員長、(一社)銀座通連合会副理事長、株式会社伊東屋代表取締役社長  
会場協力:銀座 伊東屋

**No.3** 大前光市 × 山口彦之  
舞踊家、振付家  
銀実会第68代理事長、有限会社空也代表取締役  
会場協力:PLUSTOKYO

**No.4** 田口亜希 × 齋藤 充  
射撃選手、パラリンピック元日本代表、日本郵船株式会社広報グループ社会貢献チーム  
全銀座会代表幹事、(一社)銀座通連合会理事長、株式会社銀座千足屋代表取締役社長  
会場協力:ハイアット セントリック 銀座 東京

**No.5** 牧野友衛 × 直江宏一  
トリップアドバイザー株式会社代表取締役  
(一社)銀座インフォメーションマネジメント統括理事、株式会社丸江藤屋取締役  
会場協力:Ginza Sony Park

**No.6** 梅澤高明 × 樋口雄一  
A.T.カーニー株式会社日本法人会長、CIC Japan会長  
銀実会第69代理事長、株式会社ゼントラスト代表取締役社長  
会場協力:BAR/S(資生堂バーラー)

**No.7** 蓮沼執太 × 永野大輔  
音楽家、アーティスト  
(一社)銀座通連合会常務理事、ソニー企業株式会社代表取締役社長・チーフブランディングオフィサー  
会場協力:Ginza Sony Park

**No.8** 熊倉純子 × 竹沢えり子  
東京藝術大学音楽環境創造科教授、東京藝術大学大学院国際芸術創造研究科長  
全銀座会・(一社)銀座通連合会・銀座街づくり会議事務局長  
会場協力:ピヤホールライオン銀座七丁目店

**No.9** 溝端俊夫 × 田辺夕子  
NPO法人ダンスアーカイヴ構想理事長  
『銀座百点』編集長  
会場協力:ロックフィッシュ

**No.10** 芹沢高志 × 信藤洋二  
P3 art and environment統括ディレクター  
株式会社資生堂 クリエイティブ本部 エグゼクティブ・クリエイティブディレクター  
会場協力:資生堂 銀座オフィス

※肩書きは、対談当時のものです。



<https://www.ginza.jp/g2020/columnandinterview>

## No.1 小池百合子 × 遠藤 彬

### 2020で変わる東京、 “変えずに変える”銀座の未来

Amazing Ginza! Talkの記念すべき第1回は、小池百合子東京都知事をゲストにお迎えしました。東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の準備が着々と進むなか、G2020委員長の遠藤彬さんとともに、アクセシビリティや環境問題、ナイトタイムエコノミーなど、銀座の街づくりに対するアイデアやヒントについて、大いに語り合いました。

「銀座は東京ナンバーワンの商店街」と太鼓判を押す小池さん。ただ商品を買うだけの場所ではなく、「銀座で買った」ということが付加価値になる商店街、それが街のブランドだと話します。「昔から銀座で仕事をしてきた」という遠藤さんも、「銀座を大切にしてお客様をもてなしたいという精神は、世代を超えて変わりません」と、実感を込めて銀座ブランドに言及しました。

また、小池さんからは「2度目のパラリンピックを機会に、銀座が誰にとってもさらに優しい街になるとPRしたいですね」という意見も出ました。「たとえば車いすの

方、目や耳が不自由な方々が、暮らしやすく、食事もしみも不自由なくお過ごしいただける東京でありたいと思っています。ぜひご協力いただ

いてユニバーサルデザインな街づくりができれば」と話す小池さんに対して、「誰にとっても優しい銀座、本当にそうですね」と遠藤さんも請け合います。銀座での「ユニバーサルマナー検定」実施などの例を挙げて、「昔からあるハードは完璧なバリアフリーになりにくいけれども、ソフトの面でそれ以上のおもてなしができるよう、今一所懸命勉強しているところです」と熱意を語ります。

2019年10月の対談から2年を経て、遠藤さんは「小池都知事には、みゆき通りで開催したラグビーワールドカップ2019日本大会のPRイベントにも出席いただけて嬉しかったです。随分と状況が変わってしまいましたが、エコバッグとして使える『銀座の風呂敷』を作るなど、小池都知事からご提案いただいたものは平時でも使えるものがあり、ぜひ取り入れたいアイデアだと思いました」と振り返ります。



## No.2 吉本光宏 × 伊藤 明

### 進取の気性と編集力が まちを創る—銀座の文化DNA

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催を控えて、盛んに聞かれるようになった「文化プログラム」という言葉。今回のトークでは、大会組織委員会や東京都の文化プログラムを推進するニッセイ基礎研究所の吉本光宏さんをお迎えします。銀座からは、全銀座会催事委員会委員長の伊藤明さんが参加し、銀座ならではの文化的なアクションについて語り合いました。



伊藤さんの「文化プログラムって、オリンピックの一部なんですか?」という率直な質問に、吉本さんは「オリンピック憲章に文化プログラム

の開催が記載されていて、100年以上前から公式事業のひとつとして実施されてきました」と答えます。「世界平和を標榜していても国同士メダルを競い合うとか、メダルの数は経済力に比例するとか、色々と矛盾を抱えていま

す。そういう矛盾のなかで余計に文化プログラムが大事なんですよね。」

「銀座は元々、各所から集めたものを売る市場。自分たちがものをつくり出すより、集めたところから何かをつくるのが銀座。外から見ると銀座ってどんな文化があるんでしょうか?」と尋ねた伊藤さんに対して、伊東屋を愛用する海外の音楽家や建築家のエピソードを紹介して「伊東屋さんをはじめとする銀座のお店の底力を感じます。個々のお店のブランドが、銀座ならではの文化をも購入者にもたらしている。『銀座は集めてきて売る市場』という話でいえば、集めることにも、ある種の編集というか独自の価値観が必要ですよ」と吉本さん。「編集力は銀座の大きな強みです。子どもの頃に親からよく聞いた言葉は『舶来』と『ハイカラ』。舶来のハイカラなものが銀座のDNA」と伊藤さんも応じます。

「文化がいかに社会や生活に根付いているかを探求することは、オリンピックの理念と合致します。銀座のなかにある文化、『銀座的なもの』を各店で探求してもらって、新しいチャレンジにつなげる。それが2021年以降にも続くといいですね」と話す吉本さんに、伊藤さんも「小さな店が集まる銀座は民主的に下から——いや民主的すぎて大変なんです(笑)、『銀座らしい編集』をしたいです」と対談を締めくくりました。

## No.3 大前光市 × 山口彦之

### 人間の可能性、「人間全体の進化」を2020年に感じよう

2016年リオデジャネイロパラリンピック閉会式のセレモニーで、光る義足を駆使したソロパフォーマンスで世界を魅了したダンサーの大前光市さん。迎える銀実会第68代理事長の山口彦之さんとは同い年ということもあり、お互いの「試行錯誤」について語り合う、熱気あふれる対談となりました。

高価なだけではない、ちゃんとした日本文化が銀座にはあると話す大前さんに、山口さんも共感します。山口さんが講師を務める料理学校では、日本人のシェフに学びたいと生徒の約8~9割が海外から来ることを挙げ、世界で高く評価される「ジャパングオリティ」に言及しました。そんな山口さんが持ってきた「空也もなか」に、和菓子好きの大前さんも「幻のもなか!」と大喜びです。「試行錯誤した上で、それ以上変わることのない完成された形」を空也もなかに見出した大前さんは、「僕は、試行錯誤してこの義足を作って、今があります。僕の試行錯誤の発想は、この20年ほどの間にだんだんと磨かれました。なん

だか、もなかと似てるなあ」と話します。

一方で、「変わらない形」だけではない和菓子の新たな可能性に挑んで、新ブランド「空いろ」を立ち上げたのが山口さんの試行錯誤です。「銀座の街は新しいものに寛容です。老舗は今もたくさん残っています。新陳代謝がものすごく速い。銀座の人たちは、マクドナルドもスターバックスも1号店は銀座に開店したというエピソードを話したりします」と語る山口さん。確かな伝統と、新しいチャレンジ、その両輪が今の銀座を築いたことを思い知らされます。

「パラリンピックは、人間の可能性にチャレンジする大会だと思っています。可能性とは新しさであり、進化です」と話す大前さんとの対談を振り返って、「不安や葛藤、危機感を乗り越えるために行動を起こす進化は、長い暗闇のなかをさまよっている銀座の店、銀座の街に起こさねばならない進化。1年延期無観客でのオリンピック・パラリンピックを経験した今こそ、新たな別の進化を遂げた多様性あふれる街・銀座への発展を期待したい」と、山口さんは語ります。



## No.4 田口亜希 × 齋藤 充

### 幸せと“大丈夫”を感じる、アクセスのよい街を目指して

(一社)銀座通連合会理事長の齋藤充さんがお迎えしたのは、パラリンピック元日本代表の射撃選手、田口亜希さん。銀座の「アクセシビリティ」をテーマに語り合います。

銀座が構造的に抱えるバリアフリーの遅れに頭を悩ませる齋藤さんに対して、ご自身の経験から田口さんは「情報の発信が大事」と話します。いくらバリアフリーのトイレを作っても、場所が分からなければ意味がありません。この点、銀座ではエレベーター

や多目的トイレの位置を示したバリアフリーマップを作成しており、うまく活用されることが期待されます。

外国でタクシーの乗車拒否をされたという田口さんの「悲しかったですし、その国にあまり良い印象が残らな

い」という発言からも、アクセシビリティがハード面だけの問題ではないことを改めて教えられます。

アテネ、北京、ロンドン大会に連続出場した田口さんは、押しも押されぬアスリートですが、齋藤さんも東京マラソンの常連ランナーということで、スポーツの話題にも花が咲きます。マラソン大会やオリンピック選手村に、必ずと言っていいほど用意されているのがフルーツ。千疋屋の旦那らしい着眼点に、田口さんも初めて千疋屋で苺パフェを食べた時のことを「こんなおいしい苺があるんだってびっくりした」と振り返ります。

田口さんいわく、銀座には「銀銃」の通称で知られる、全国的に有名な射撃用品店「銀座銃砲店」があるのだそうです。射撃という少しニッチな分野でもトップレベルの一級品を揃えた店舗は銀座にあるというのが、銀座らしいエピソードといえるかもしれません。

突然の病気により車いす生活を余儀なくされ、それでもなおパラリンピックに出場するまでに努力した田口さんの前向きさに感銘を受けたという齋藤さんは、今回の対談の感想を次のように話します。

「バリアフリーは、身体が不自由な方への配慮のみならず、これからの高齢化の問題も含め、今後解決していかなければならない課題。新型コロナウイルス蔓延により銀座も街も静まり返ってしまいましたが、1度リセットしたと考えると、様々な状況の方々全ての人へ優しい街づくりをしていくことの重要性を感じました。」

## No.5 牧野友衛 × 直江宏一

### 情報レイヤーを幾つも重ね、メタで楽しむ銀座をつくる

銀座の公式ウェブサイト「GINZA OFFICIAL」の運営を担う(一社)銀座インフォメーションマネジメントの直江宏一さんと対談するのは、トリップアドバイザー株式会社代表取締役の牧野友衛さん。AOLやGoogle、Twitterといった名だたるIT企業に勤めた牧野さんは、「メタ観光」という従来とは異なる新しい観光のあり方を提唱していることでも知られています。

銀座は美術館や公園、寺社仏閣などの観光スポットがある、いわゆる「観光地」ではないという牧野さんの指摘を受けて、それでも観光で人を呼びたいと直江さんが注目したのが、まさにメタ観光でした。

牧野さんの提唱するメタ観光とは、「映画のロケ地になった」「著名人の生家があった」など、目に見えない情報を消費する観光スタイルのこと。「銀座近辺でいうと、京橋のあった所には記念碑が立っていますが、今はもう橋はありません。目に見えていなくても、情報量が多ければ多いほど、街の魅力があるのではないかと、牧野さんはメタ観光を説明します。

## No.6 梅澤高明 × 樋口雄一

### 「職住遊」の融合で暮らしたい街に変えていく

長年にわたって多様な産業のイノベーションやマーケティング戦略をリードし、近年は「NEXTOKYO Project」を率いて東京の将来ビジョンを政財界に提言する梅澤高明さん。銀座からは、銀実会第69代理事長で、ホテル業や不動産業にも携わる樋口雄一さんが登壇し、銀座の街づくりについて存分に語り合いました。

リモートワークやオンライン消費の加速で、オフィスや店舗の需要増加が見込めない現在。「都心の街づくりは曲がり角」と話す梅澤さんが、コロナ後に向けたテーマのひとつが、「職住遊」の融合です。「銀座も人を住ませた方がいい。高価格帯の住居だけだと街の多様性は増えないので、古い雑居ビルをコンバージョンしてアーティスト・イン・レジデンスを始めるといいですね」と梅澤さんは提案します。

直江さんの所属する(一社)銀座インフォメーションマネジメントでも、銀座の古い建築を巡る「銀座 建築ミュージアム」マップ、「文学の中の銀座」マップなど、多様な切り口で銀座が持つ情報を可視化する、メタ観光的なアプローチに注力しており、新しい銀座の魅力発信に期待がかかっています。

オンラインの役割がますます大きくなるであろう「コロナ以降」についても、「人と人が直に接することで街に活気が生まれるのが望むべき姿」と話す直江さんに對して、牧野さんも「オンラインで解決できることは機能面。買い物の機能面はオンラインで解決できても、体験の部分にはオフラインでなければ解決できない何かがあるはず」と賛同しました。オンラインでは解決できない「何か」をどのように引き出して、銀座で買い物することをどのように体験化していくかが問われます。

対談を経て、直江さんは「まだ可視化されていない観光情報をデジタル技術と組み合わせで発信するなど、銀座の街のさらなる付加価値向上につなげていきたい」と意気込みを語りました。



元々「街づくりがしたい!」と東急不動産で働いた経験のある樋口さんにとっても、街づくりの話は関心が深いようで、ビルの高さを56mまでに制限する地区計画「銀座ルール」や、試験的に3年ほど前から始めた「大銀座盆踊り」など、銀座が積極的に取り組んできた事例が紹介されました。

梅澤さんも、国土交通省が提言する「ウォークアブルシティ」の話題を取り上げ、「銀座はウォークアブルシティの代表例になりうる街」と請け合います。また、「大人のカルチャーを再考して、富裕層観光にも本気で取り組んでほしい」とも梅澤さんは話します。「モダンラグジュアリーと呼ばれる、比較的ニューリッチの人たちのニーズは世界共通」だとして、質の高い宿泊施設とおいしいご飯、そして音楽などの「お楽しみ」を充実するようアドバイスされました。

「世界の都市について深い見識をお持ちである梅澤さんとの対談を通じて、モダンラグジュアリーへの世界的なニーズの高まりや、街づくりのルールを通じた居心地の良い街並みの形成など銀座の魅力を再認識することができました。コロナの影響により商売にも厳しい状況が続いていますが、ピンチをチャンスととらえ、進取の精神で多種多様な『職住遊が交わる銀座圏』が形成されていくことを願っています」と樋口さんからも前向きなコメントをいただきました。



No.7  
蓮沼執太 × 永野大輔

信頼を礎に「捉え直し」と「再定義」で街の未来を考える

アーティストの蓮沼執太さんを迎えて、音や音楽といった観点から街について語り合ったのは、(一社)銀座通連合会常務理事を務める永野大輔さん。蓮沼さんとプロジェクトをともにしてきたGinza Sony Parkを運営するソニー企業株式会社代表取締役社長でもあります。

Ginza Sony Parkでの企画だけでなく、資生堂ギャラリーでの個展や、銀座・和光の時計の鐘の音のプロジェクト「BELLS」など、銀座でいくつもプロジェクトを実施してきた蓮沼さんは「銀座の音は朝と昼と夜で表情が全然違う。西と東と北と南でもまったく違う。だんだんと銀座の表情が雑多に」なって、銀座が多様な側面を持っていることに気づいたと話します。

その銀座の豊かな表情を、永野さんが「リズム」になぞらえると、蓮沼さんも「反復やハーモニーも多様にあることで、やっと社会が成り立つ」と同調します。「ソニーパークをつくる時も、街にリズムをつくりたい」と考えていたと永野さん。対談を通じて「都市のリズムのためには、

街に『余白』が必要であることを改めて感じた。都市の余白は、音楽でいう休符の役割ではないか。ソニーパーク以外にも銀座に余白ができれば、都市にまた新しいリズムが生まれる」とも話します。

余白として蓮沼さんがGinza Sony Parkを活用したのが2019年のゲリラライブです。「急に音楽が始まることで、日常空間に異物を投入するという発想です。どこでやるか、ぱっと思い浮かんだのがソニーパークでした」と当時を思い返す蓮沼さんは、非営利の活動にもかかわらず、大企業がアーティストを「信頼」して受け入れてくれたことがすごいと力説します。

リズムを重ねてハーモニーを奏するような信頼関係を築いた蓮沼さんとGinza Sony Park。対談を終えた永野さんは次のように振り返ります。「SF的な未来都市ではないけれど、ソニーパークの試みは、実は少しだけ未来を先取りした都市の姿かもしれない。そんな少し先の未来を銀座が先駆けて描こうとしていることは、とても素敵だと思います」。



No.8  
熊倉純子 × 竹沢えり子

アートを通じて共通体験を持つことの非貨幣的価値

地域に根ざした「アートプロジェクト」を展開し、全国の事例にも詳しい東京藝術大学教授の熊倉純子さん。全銀座会・(一社)銀座通連合会・銀座街づくり会議の事務局長の竹沢えり子さんとともに、アートによる街づくりの難しさや可能性について語り合いました。

「2000年ぐらいから、高齢化した過疎地域が芸術の力で再発見されるような例が、全国でたくさん行われるようになってきました」と解説する熊倉さん。街づくりにおけるアートプロジェクトの魅力は、「その地域に縁もゆかりもなく何の興味もなかったけれど、変なことをやるなら行ってみたい人」が集まることだと話します。「本来出会わないような人たちが出会い、知り合いでも一緒に汗をかいたことはなかつ



た人たちが、ともに時間や労力を割いてちょっとずつリスクを取りあい、少しずつ損をして、つながりや経験を生み出します」。

全銀座会でも、公園を使ったアートプロジェクトなど、企画から運営まで自分たちで手がける催事を多く開催していますが、「広報が弱いのか、継続すれば共有できるのか」と、周知のされ方が悩みの種だといいます。それには熊倉さんも「それがすんなりできると私も苦労しないですね」と苦笑。「大資本の企業がお金をかけたイベントをする他の繁華街と違って、街の人が本業をしながら汗みずくで街をつくっていること」が、銀座の特徴と力説する竹沢さんに対して、「10年くらいかけてでも、こんな店主がいると見せていく取り組みも大事」だと長期的活動の重要性を強調しました。「おっしゃるとおりです。銀座の商人は50年先、100年先を見て商売してきた」という竹沢さんの返答からも銀座の強みが伝わってきます。

熊倉さんの「アートプロジェクトはともに損をしあえることが特徴」「消費の外にあることが魅力だ」という言葉が印象に残ったという竹沢さん。対談を終えて、「ショッピングの街、お客様に消費を促してきた街、銀座が、そこをどうやって乗り越えていくのか。『人以外に何も無い』という言葉に、『銀座の商人文化』を振り返り、これからの銀座ヴィジョンを描いていきたいと思っています」と意気込みを語ります。

No.9  
溝端俊夫 × 田辺夕子

「アンダーグラウンド×銀座」の可能性を探る

2021年、東京の地下空間を舞台に開催されたアートイベント「Tokyo Real Underground」。このイベントの企画制作を担当したのが、日本が世界に誇る「舞踏」を中心にダンス表現のアーカイブ化に尽力する溝端俊夫さんです。今回のトークでは、日本初のタウン誌『銀座百点』11代目編集長の田辺夕子さんが溝端さんをお迎えし、銀座の眠れるアンダーグラウンドの可能性を語りました。

溝端さんは「Tokyo Real Underground」について、「着想の原点が、まさに銀座」にあったと話します。銀座の地下歩道で開催されたウィリアム・クライン写真展「GINZA 1961 街が主役の写真展」は、世界的に有名な写真家ウィリアム・クラインさんが1961年の東京を撮影したフィルムのなかに、銀座の路上で撮られた「ダンスの歴史にとって重要」な未発表作品を溝端さんが発見したことに端を発します。それらの写真が実際にどこで撮影されたのかリサーチしている際、協力してくれ

た駅員さんから「幻の地下商店街」の存在を教えられます。銀座駅の地下には、1960年代に商店街として計画された、何十年も開かずの場所があるというのです。「誰に話しても、そんなものがあるのかとみんな驚くし、銀座のど真ん中に1000平米の空いた空間があるなんて、都市伝説みたいで、夢のある話です」。東京の地下空間と1960～70年代の「アングラ」を重ね合わせるという発想がここから誕生しました。

銀座のアーカイブともいえる『銀座百点』の編集者として、銀座に長く関わってきた田辺夕子さんにとってもこれは驚きでした。「銀座という街は角度や視線を変えてみたら、様々な表情を見せる場所だと知っているつもりでした。未知の脈脈を見つけた興奮を溝端さんと分かち合えた対談。地下空間も含め、街全体を舞台として様々なアーティストが作品を制作していく未来を楽しみにしています。作品と観客の二者の関係に銀座というどちらのサイドにも共犯となる要素が加わると、この街で制作する意味が大きくなると思います」と対談を振り返りました。



No.10  
芹沢高志 × 信藤洋二

銀座の生態系をひもとくと、懐深さが見えてきた

全国各地のアートプロジェクトに携わってきたアートプロデューサーの芹沢高志さん。そんな芹沢さんを、資生堂銀座ビルウィンドウアートで「銀座生態図 GINZA ASSEMBLAGE MAP」を展開する、株式会社資生堂クリエイティブ本部エグゼクティブ・クリエイティブディレクターの信藤洋二さんをお迎えします。

小学生の頃の記憶を回想し、「数寄屋橋交差点の不二家まで来ると、銀座という世界に入っていくゲートみたいだね。銀座は子どもの目からは想像もつかない、ペコちゃんポコちゃんに見送られて入っていく異世界、魔法の国。今思うと、初めて『街』というものを意識した場所ですね」と、語る芹沢さん。一方、上野の東京藝術大学で学生時代を過ごした信藤さんにとって「銀座はやはり



アートや制作とのつながりが多かった」そうです。「資生堂のショーウィンドウを手がけておられた造形家の伊藤隆道さんが藝大で講師をされていて、街やディスプレイのことを初めて教えてもらいました」とのことで、現在につながるお仕事の原点が銀座にあったようです。

そんな信藤さんが、コロナ禍中に取り組んだのが「銀座の生態からサステナビリティを考える」プロジェクトでした。「東京に最初の緊急事態宣言が出たときに、銀座の街には人がまったく来なくなり、こういう時にウィンドウをどう見せていくか」と悩んだ信藤さんがたどり着いたのが、草花や虫、鳥など身近な生態の循環に目を向けることで、未来へのヒントを見つけていこうというもの。「人が減った銀座中の通りで動植物の生態をリサーチしたところ、区画ごとに多様な野花が自生していることを再発見しました」。

エコロジカルプランニングの仕事に携わっていた経験を持つ芹沢さんも、生態系への視点に共感します。友人でもある世界的なアーティスト、蔡國強の「生態系」という用語を引いて、「クモやダニは気持ち悪いとか汚い、何の役に立つのか分からないって言われがちですが、生態系全体の健全さのためにはとても重要。文化の生態系にも、それがあつかいによって、システム全体の深みが見える指標がある。それがアートではないでしょうか」と、社会においても生態系が重要であると力説しました。



# 街をひらく——銀座への入口をつくる

ものの消費だけではない楽しさが求められている時代。より多くの人々に訪れたいと思ってもらうためには、街のなかに自分の居場所、居心地のいい「余白」のような場所が必要です。大きな公園や広場を持たない銀座は、通りや小さな公園を活かすことで、人々が自分のリズムを取り戻し、穏やかな時の流れを感じられる場所をつくる可能性を模索しています。

G2020では、銀座の街が持つ場所のポテンシャルを広げようと、マーケットやアートイベントを展開。銀座の路地や数寄屋橋公園などの会場は、限られた空間でありながら、銀座で商売を営む人や働く人、そして来街者のためにひらかれた、かけがえのない場であることが再確認されました。

## GINZA PROGRESSIVE

明治時代から商業の街として時代の先端を走り続けてきた銀座では、いつも新しい商売とそれを商う人々が多様な文化の発展を活気づけ、街の新陳代謝を促してきました。この先もずっと変わらず、新鮮で新しいものごとを創造し続ける街でありたいと開催したのが「GINZA PROGRESSIVE」です。ユニークな店舗が揃うマーケットや音楽ライブが展開されたほか、様々な領域で活躍する方々とのクロストークでは、銀座への期待や可能性が議論されました。



【開催データ】  
〔タイトル〕GINZA PROGRESSIVE  
〔日時〕vol.1: 2017年9月30日(土)・10月1日(日) / vol.2: 11月11日(土)・12日(日)  
〔会場〕数寄屋橋公園(5丁目)  
〔概要〕マーケット、トーク、ライブ、街歩き  
〔主催〕全銀座会 G2020  
〔協力〕Perc Inc.  
〔後援〕中央区

## 感覚の洗濯 in 銀座

碁盤目状になった銀座の街区は、まだ車がなく歩くことが移動手段の中心だった頃からほとんど変化せず、今も大切に引き継がれています。大小の通りと並んで、この街区を結んでいるのが、銀座に数多く存在する細い路地です。生活通路や休息の場として、路地は江戸時代より永らく銀座の商いを支えてきました。一方で、地区の開発に取り込まれ、時代とともに消えていった路地も少なくありません。「感覚の洗濯 in 銀座」では、路地と公園で洗濯物を洗う・干すという日常的な行為を实践。銀座中から集めた洗濯物で街なかを彩りながら、失われた風景と行為を再考しました。



【開催データ】  
〔タイトル〕感覚の洗濯 in 銀座  
〔日時〕2019年10月20日(日)  
〔会場〕銀座の路地、数寄屋橋公園(5丁目)、三菱自動車 MI-Garden GINZA  
〔作家〕西尾美也(アーティスト)  
〔概要〕インスタレーション展示、ワークショップ、アーティストトーク  
〔主催〕P3 art and environment  
〔協力〕全銀座会 G2020、GINZA FASHION WEEK、渚と、三菱自動車 MI-Garden GINZA  
〔助成〕公益財団法人東京都歴史文化財団アーツカウンシル東京  
〔後援〕中央区  
※開催時の情報はこちらにあります。 <https://p3.org/ginza/>

【特別寄稿】

# 銀座におけるアートプロジェクトの可能性

P3 art and environment 統括ディレクター 芹沢高志

私は2017年10月30日、全銀座会G2020が主催するレクチャーシリーズの第5回目で、「街とアート—地域芸術祭・アートプロジェクトの実践を通して」という講演をさせていただいた。自分の経験を通して、美術館やギャラリーのような美術のための空間ではない、実際の街を舞台にしたアートプロジェクトについて、その面白さや難しさについてお話したのだ。

このとき、全銀座会の様々な活動を知り、私自身、銀座という街に強い関心を抱くようになっていった。もちろん、それまでも銀座のことは知っているわけだ。「銀座」という確固としたイメージがあり、それは子ども時代から変わらぬ思いだった。できあがった街。自分はそのイメージを消費するために、時々この街を訪れていた。しかし、色々な方のお話を伺い、いくつもの通りや路地をさまよってみたりすると、自分が持っていた、そのできあがった「銀座」というイメージがゆらゆらと揺らぎ始める。銀座の歴史を見ても、この街はできあがった不変の姿があるのではなくて、皆がつくり続けている街、常に「銀座」になり続けようとしている街なのだということが理解できた。

そこで、銀座という街でアートプロジェクトを実践し、新たな銀座の姿を発見してみたいと考えて、ちょうどTokyo Tokyo FESTIVALの公募があったので、「銀座アートゲートクルーズ」という企画をつくり、応募した。結果、応募総数2,436件から第2次審査プレゼンテーションまで進んだが、オリンピック・パラリンピックに合わせた文化プログラムの性格上、オール東京の企画が優先され、銀座という街に特化した本企画は採択13企画からは漏れてしまった。残念な結果ではあったが、この企画立案のための調査を通して、私や私のスタッフたちは銀座という街の奥深い魅力について多くを知り、ますますこの街でアートプロジェクトを実際に展開したいと考えるようになっていった。

アート、とりわけ現代アートは、今、目で見ている現実とはまた別の、もうひとつの、ありうるかもしれない現実の姿を見せてくれる。それは幻(ヴィジョン)ではあるけれど、ここではないどこかへと向かう旅への誘いであり、その場所の新たな可能性の発見にもつながっていくものだ。

そうしたアートの力を明快に見せてくれる取り組みとして、私たちは全銀座会G2020とともに西尾美也を招聘して「感覚の洗濯 in 銀座」というアートプロジェクトを2019年10月20日に行ってみた。西尾は装いの行為とコミュニケーションに着目するアーティストだ。「感覚の洗濯」は広く市民から洗濯物を集め、それを洗う、干すという日常的な行為を、公園などの公共空間で行うという市民参加型のプロジェクトで、「さいたまトリエンナーレ2016」で初めて発表されたものだった。私が子ども時代には、洗濯物が干された街の風景は珍しいものではなかったが、今ではほとんど見ることもない。ではなぜ、私たちの街から洗濯物は消えていったのか？

突然、こんな問いを思いつくのは難しいが、色とりどりの洗濯物が干された風景は、現実の街の風景を一変させてしまう。そしてその驚きが、そういえば最近、街で洗濯物を見ることなくなくなったなあと感じさせ、私たちの意識がこの数十年で、特にプライベートとパブリックに関する意識が、大きく変わってきたという事実気づいていくわけだ。

さらに、今、銀座から消えつつある魅力的な路地空間にも注目した。数寄屋橋公園(5丁目)の他にも、普段は気づきにくい様々な路地も使って、洗う・干すという行為を繰り返していった。つまり、このプロジェクトは場所の再・発見でもあったのである。



街で展開するアートプロジェクトは、このように、問題提起の力を持つ。講演やシンポジウムでの直接的な問題提起も意味はあるが、アートプロジェクトはそれを目に見える形で、感覚的に訴えていく。銀座と洗濯は思いもつかない組み合わせだ。しかし、だからこそ、私たちは固定観念を超えた、思考と感覚の旅に出られる。このプロジェクトは、まさに私たちの固まってしまった感覚を洗濯するためのものであり、私たちは洗いたての目で、もう一度銀座を見直すことになるのである。

街の姿を変えるのは、新しい建物や派手なディスプレイだけではない。私たちの目の方を変えてやれば、街は新たな姿を見せていく。それこそが、街でアートを行う第一の意義だろう。

それでは、そもそも銀座の魅力とは何なのか？ 人はなぜ、銀座に向こうとするのだろうか？ ネット社会が急速に進展し、さらには新型コロナウイルス感染症パンデミックがここまで社会や人の行動様式を変えてしまった今、街そのものが醸し出す魅力そのものが、これまで以上に重要な意味を持っていくことになるだろう。

私見ではあるが、私は「銀座アートゲートクルーズ」の立案や「感覚の洗濯 in 銀座」の実行を通して、それは同時共存する複数の異世界の存在ではないかと思っている。銀座はそのような、表面を見ているだけでは分かりようもない、様々な異世界への扉に満ちているように思うのである。それぞれ個性的な通りが街のグリッドを構成し、そのなかのビルの隙間を走る小さな路地が、私たちに思いもかけない場所へと導いていく。ビルの屋上に上がれば、庭があり、神社があり、もうひとつの景観が広がっている。地上に公園はほとんどないが、ビルの高さを抑えた銀座では、もしもこんな各ビルの屋上をスカイコリドーで結んでみたら、頭上に広がるもうひとつの銀座が出現するのではないかとさえ夢想する。江戸の頃から続く、個性的な老舗があるかと思えば、海外の高級ブランドの店舗があり、高級フレンチもあれば大衆的な居酒屋もある。接待のためのクラブがあり、様々な画廊が点在する。

さらに、時間によっても街は劇的に表情を変えていく。朝の銀座、屋下がりの銀座、夕刻の銀座、深夜の銀座。

写真家であり著述家でもある港千尋は、「多孔性世界」の重要性について語っていた。のっぺりと均一な世界の対局にある、海綿のような孔(あな)だらけの世界だ。その孔はそれぞれ異世界への入り口であり、私たちがここではないどこかへと誘っていく。どこでも同じような、のっぺりとした均一性は、今、世界中で急速に増殖しており、だからこそ多孔性世界としての銀座を、どうしても守り育てていかなければならないと私は思う。銀座の多孔性を発見し、認識し、さらには新たな孔を掘っていく。G2020を契機に始まったアートプロジェクトだが、私は銀座の魅力をさらに増強させていくためにも、こうしたアートプロジェクトを街づくりの実践的な一手法として、より明確に組み込んでいったらいいのではないかと考えている。

芹沢高志(せりざわたくし)

P3 art and environment 統括ディレクター

1951年、東京生まれ。1989年、P3 art and environmentを設立。以後、現代美術、環境計画を中心に、数多くのプロジェクトを展開する。とかち国際現代アート展「デメーテル」総合ディレクター(2002)。アサヒ・アート・フェスティバル事務局長(2003~2016)。横浜トリエンナーレ2005キュレーター。別府現代芸術フェスティバル「混浴温泉世界」総合ディレクター(2009、2012、2015)。さいたまトリエンナーレ2016ディレクター。2012年から2021年までデザイン・クリエイティブセンター神戸のセンター長を務めた。著書に『この惑星を遊動する』(岩波書店)、『月面からの眺め』(毎日新聞社)、『別府』(ABI+P3)など。



# 2020年の銀座から見えてきた、未来への「道」

2020年に向けて、またその先の将来を見据えた取り組みを街全体として行うべく、2014年に発足したG2020。新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の世界的な大流行は、G2020の活動にも多大なる影響を及ぼしました。G2020に期待されたことは何だったのか、この経験から何を未来に伝えるべきなのか。伊藤明(銀座 伊東屋)、松崎宗平(MATSUZAKI SHOTEN)、永井真未(銀座 越後屋)の3名が想いを語りました。

## オリンピックのヴィジョンはどこにあったか？

**永井:**1年の延期を経て開催された東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会が終わりました。この大会を契機に発足したG2020の活動を振り返りながら、将来に向かって何を託すことができるか、また、これからの銀座がどうあってほしいかという想いについて話し合えれば、とお集まりいただきました。よろしくお願いします。

**伊藤:**未来に何を残すかということとは別に、個人的にはとても気づきが多かったと感じています。2020年は、オリンピックが成功したかどうかとは別の次元で、色々なことがさらけ出された年だった。こういうふうになれるんじゃないかと期待していたところが全然違うところに、銀座はもちろん日本、そして世界が向かっているんだということが分かってしまった。それは自分にとって大きな気づきでした。

**松崎:**G2020の役割については、僕もこの数年間考え続けていました。街に対して、2020年に向けてすべきことは何か。そもそもそれはG2020でやることなのか、全銀座会でやることなのか。そういう線引きも曖昧ななかで、このチームは何を目的にしたらいんだろうとか。コロナ禍もあって、実現できたことは少なかったかもしれないけれど、この間ずっと街に対して向き合っていたとは思っているので、そういう意味で、振り返って次へつないでいくことは大事だと思います。

**伊藤:**このプロジェクトで良かったのは、ホスピタリティや安全性などの問題をクリアにして、街の「うつわ」をちゃんと整備していかなくちゃいけないと考えたところ。でも何かをやると思って、中央区に話をしに行ったら「東京都に聞いてみないと分かりません」、それで都に行ったら「それは組織委員会側がやっていることなので分かりません」となる。新たにインフラを整備しなくちゃいけない新興国とは違う日本で、オリンピックを何のためにやるのか、ヴィジョンが見えないんですよね。今になってすごく思うのは、我々がそのヴィジョンにたどり着けなかったのではなくて、そもそもヴィジョンを描こうとした人がどこにもいなかったんじゃないか。だから、街がどれだけ努力して頑張っても、全部が中途半端で終わらされてしまった。G2020は、その象徴だな、と感じます。

## コミュニケーションがあるから街に来てくれる

**松崎:**僕は以前から、会社の利益をインバウンドに頼らないと言い切っていましたが、やっぱりこの1年すごく売上げが落ちたんですよね。一方で、今まで高齢の方が街に多かった



のが、20代後半から30代くらいの人が急激に増えましたよね。その人たちが、今は行くところがないから銀座に行っているけど、海外に行けるようになったら「やっぱりあっちでいいや」となってしまうのが一番怖い。その世代に対しても、ちゃんと面白いものをアウトプットできているのが悩ましいところです。若い世代の流入は、この1年半で一気に起こった変化ですが、それを良い意味にとらえて、街が前に進むことをしないとイケない。

**伊藤:**街の話をする、街の差別化というのをしなくてはいけませんよね。日本で売りやすいものって、結局のところ誰かが広告してくれるもの、もうすでに話題になっているものなんですよ。なので、他と違うものを売るとするのはなかなか難しい。松崎さんのところや飲食店のように、自分のところで作ったものを売っているなら差別化はできるけど、うちみたいに仕入れたものが多いと差別化なんてできないですよ。一軒一軒が個性を持てなかったら、街も特徴がなくなるのは当然。そうじゃない街をつくっていかなくちゃいけないんだろうけど、そう簡単にはいかないですよ。

**永井:**仕入れたものを売る小売店が差別化をできないというのは、うちも同じです。今回、振り返りのために今までの年表を作っていて思ったのは、プロジェクトを立ち上げた2014年に思っていたことと、今考えていることが大きくは変わっていないということです。銀座を他の街と差別化する、というのは当初から思っていて、今もそれに向けてもがいている気がします。

**伊藤:**小売店に買い物に来ることが、「特別なこと」になるというのは確実だと思います。それが良いか悪いかという話ではなく、だから、我々は特別なことをしているんだという自覚をもっと持たなくちゃいけない。どこでも買えるものをただ売っているだけなら小売店の価値はない。「小売店のショールーム化」とよく言われますが、ショールームにしかならぬくらいならやめた方がいいですよ。特別なことをしていかないと淘汰されてしまう。

**永井:**銀座の街に来ることが特別な体験になってほしいと、G2020ではホスピタリティに関する調査もしています。実際に障害を持った人が街へ来て調査をする「ミライロリサーチ」を実施した結果を見ても、銀座のお店はハード面に問題があったとしてもスタッフの対応でカバーできているという評価をいただいています。さらに街の方々にお声がけして、多くの方に「ユニバーサルマナー検定」を受けていただきました。私自身も受けてみて、障害者の方々はどういうことを思っているかを知ることができ、とても良い機会だったと感じます。それを銀座の色々な会社の人に経験してもらえたのはとても意味があった。銀座のホスピタリティ向上を期待できるものもありますが、その人自身の生活の場でも、車いすの方の移動をちょっとサポートするなど実践できたら、誰にとっても嬉しいことですよ。

**松崎:**やっぱり重要なのはホスピタリティ、コミュニケーションですよ。僕も「レジ打ち自体に価値はない」ということを会社でも断言しているんですよ。かといってセルフレジにすればいいというわけではなく、その時々コミュニケーションがあるからこそ、小売の場所までわざわざ来てくれるし、多少高い金額でもお金を払って買い物に来てくれるんだという信念を持っています。その点がしっかりしているところは、銀座に残ってほしいところです。

ただし、マーケットの期待に合っているかという部分の努力も絶対必要。ホスピタリティだけの街じゃなくて、欲しいものがちゃんとある街にしないとイケないですよ。いつも自社商品を見ながら悩んでいるところです(笑)。

## 銀座は面白いものの輸入窓口だった

**松崎:**この夏に銀座から東銀座にお店を移して、少し銀座を俯瞰的に見られるようになりました。僕自身、銀座に新しいものをつくりたい、銀座で新しいことをやりたい、と思っていたんですけど、そうじゃないかもしれないなと思い始めたんです。銀座の古典的かつ面倒くさい部分って、やっぱり面白くて。コロナ禍で若者が増えたのも良いことだと思うんですけど、40歳くらいになって初めて分かる面白さもある。そういう街を担保しておくことって大事だなということ、東銀座から銀座を見ることで感じたんですよね。40歳を超えてやっと若造で入れる街って格好いいなって。

**伊藤:**確かに、銀座にいきなり若者文化やサブカルチャーを持ってくるのは違うかもしれない。ある程度エスタブリッシュされたものが、きちんと見られるところというのは、逆にあまりないですよ。ただ、銀座の街というか特に銀座通りでいうと、その店のコンテンツよりも不動産価値の方が表に出てしまっていて、そこに店出したらアガリみたいな店の出し方をする企業が多いんですよ。だから勢いや若々しさみたいなものがなくなっている面はある。僕は必死にもがいてやっているけど、銀座の人たちはそういうチャレンジを望んでいないのかなと感じてしまうことさえあります。僕だって古い船と一緒に沈むのは嫌だから、どこか面白い地方都市があればそっちに移ろうかと思うけど、やっぱり自分は銀座が好きだし、銀座を何とかしたいと思ってしまいますよね。

**松崎:**今の日本のなかでの銀座の立ち位置と、20年前の立ち位置とも全然違いますよね。僕自身は11歳くらいまで銀座で育ちましたけど、その頃の記憶での銀座の印象と今では随分と違いがあります。当時は、天賞堂さんでプラモデルを買って、伊東屋さんでスクリーントーンを買って、松屋さんのおもちゃ売場で遊ぶ、みたいな。でも成人して仕事をするようになってから、銀座に戻ってきたときのイメージは、ブランド、ブランド、ブランドな印象でした。銀座のブランディングってどう感じていらっしゃいますか？

**伊藤:**僕もブランディングについては分からないけど、子どもの頃に一番よく来たのはピザ屋チェーンの「シェーキーズ」なんですよ。シェーキーズにピザを食べに来る。土曜日かなんかに食べ放題があって(笑)。基本的には、銀座って日本の新しいものがそこで発祥するのではなく、海外の面白いものの輸入窓口だったんだと思います。うちも元々は輸入文具の店でしたし。でも海外にすぐ行ける時代になると、その構図が成り立たなくなる。以前は海外に見本があったが、今はもうないですよ。そうであれば自分たちで見本をつくらなくちゃいけない。



## 怒られてもいい「やってみてから考えましょう」

**永井:**ブランディングの話に関連して言うと、街の催事についても前から思っているのですが、誰に来てほしいからどういう催事をするんだという、ターゲットをちゃんと明確化した方がいいんじゃないかと思います。たとえば、さっきの話にもあった「40代の人たちがきちんと街の面白さを楽しめるようなもの」とか、仮定でもいいのでターゲットをはっきりさせた方が、それぞれのお店にしても催事にしても、詳細に内容を組み立てられるんじゃないかと思います。

**伊藤:**全銀座会催事委員会の責任者を12年も担当して思ったのは、僕は催事マネージャーであって催事委員長じゃなかったんじゃないかということ。皆がやりたいことや、やらなきゃいけないことの調整はできたと思う。でもリーダーだったら本当は「今年はこれをやるからね」って言わなきゃいけなかったんじゃないかなって。銀座の街を本当にどうするべきかということ、皆も遠慮しちゃって言えないんですよ。「先輩に対してこれは失礼だよね」「新しく来た人にこういうこと言うと制限するみたいだよ」って。本当は「こうしたいんだ」をぶつけなきゃいけないんだけど。まあ「村度」という言葉が話題になったのもG2020活動期間中でしたね(笑)。

**松崎:**その構図って一事が万事ですよ。どんな立場になっても気を使う対象は常にいて、その正解が見えない。街の歴史とともに色々な考え方の世代の方がいらっちゃって、世代ごとに気を使う相手が違う、cにはその世代背景がきれいにしているなど感じましたね。このままだと銀座がすぐつまらなくなると思う。僕自身、上の世代には良い意味で気を使いたいと思ってしまいますし(笑)。

**伊藤:**そのうち下にも気を使うようになりますよ(笑)。銀座デザイン協議会では「協議型の街づくり」と言っていますが、協議をするのは手前の話で、協議の結果「じゃあ誰が決めるの？」という、キャスティングボートを握っている人がいなきゃいけないんです。そうじゃなかったら議論は堂々巡りなんですよ。色々な意見を聞いた上で「じゃあこれね」と決める人が必要なんです。僕は12年も催事委員長をやっていたから、真剣に銀座を変えるつもりだったら多分変えられていただろうかと、ちょっと悔しいんです。でもそういうことを気づくの12年かかったんですよ(笑)。

**松崎:**「街をどうしていきたいか」という考えは、おのおの心にはあるはずなので、そこをもっとアウトプットしていくことが大事ですよ。互いに意見を出し合って、ちゃんとぶつかり合った、その一歩先のところで、伊藤さんのおっしゃるよう決定する誰かが必要。2020年以降のテーマかもしれないですね、「腹を割って話す」。お二人も僕以上に「こういうことをやったら、この人怒らさうな」みたいな気持ちをお持ちじゃないですか。そういうときに、僕らやその下の世代の人の方が、怒られてもいいから「やってみてから考えましょう」と言いやすい。そういう若い人たちが出てきたときに、そのチャレンジが潰されてしまわないようにフォローしていくことを2020年以降やっていきたいですね。

永井:2020年以降に引き継ぐものとしては、G2020では「未知に迷おう.AMAZING GINZA」というキャッチコピーとロゴマークを制作し、銀座の街のブランドを刷新しました。UNIQLOさんとのコラボレーションでロゴ入りのTシャツを作ったり、伊東屋さんでは銀座の各店のロゴやモチーフを箔押しした測量野帳を販売したりしています。

松崎:元々2020年に、オリンピック・パラリンピックを迎えるにあたって、街の温度を高めていくためにスローガンをつくろうという話になったんですね。資生堂さんの宣伝・デザイン部にご協力いただいて、たくさん案を出してもらったものなかからコンペティション形式で選択しました。「AMAZING GINZA」と「未知に迷おう」という元々は別の人による発案だった2つの候補を、どちらも人気が高かったので合わせてひとつにしてみました。

伊藤:「未知に迷おう」というのは、「銀座通りなどの大通りだけじゃないよ」ということ。未知というのは人類にとっての未知ではなくて、個人個人の未知です。銀座には路地がたくさんあって、そこを迷いながら探索してほしい。大企業がパッケージにしたものじゃなくて、小さなお店それぞれのオーナーの想いが混沌としていて、まさに「未だ知らない」ものだらけなのが銀座の良さ。大通りの銀座だけでなく、自分でどんどん探して探して「本当にAmazingなんだな」と思ってもらいたいですよね。

松崎:「未知に迷おう」というフレーズは銀座の特徴を体現しているように感じます。銀座の街に関わり始めて、先輩から銀座のことを色々教えてもらっていたときに「エルメスと赤ちょうちん的な居酒屋とが一緒になって街の活動をしているのがすごいでしょ」って言われたのがすごく響いたんですよ。その感動に近いものが「未知に迷おう」には込められていると思うんです。

## 顔の見える街、銀座

伊藤:「道」も、もっと利用できると良いと思うんですよ。ヨーロッパみたいに外でご飯を食べられるとか、そこに滞在できて人々がいつも道にいる状態。商品がたくさん売れるような時代にはもうならないだろうから、街にたくさん人がいてくれるようにするためには、やっぱり飲食だと思ふ。誰かと会って一緒に時間を過ごしたいときに、必要になるのは飲食店ですよ。賃料の関係で今はどうしても飲食店がビルの上の方にいるので、それを1階に下ろしたい。大きな通りだけでなく路地の入り組んだようなところも、ゆっくり食べたい人はむしろそっちがいいかもしれないし。街としても飲食店が並んでいると安心しますよね。

永井:今はまだ街に関わる人の「顔」が見えている状態なのが銀座の好きなお店です。大資本が入ってくると、どうしても話す相手が企業の担当者になってしまい、さらには人事異動もあって顔が見えなくなりがちです。顔が見えていることは、一緒に街づくりをする上でも、安心感や信頼感につながると思います。そういう「顔の見える街」が5年後も10年後もずっと続くといいなと思います。本日はありがとうございました。



未知に迷おう。  
**AMAZING GINZA**

「未知に迷おう.AMAZING GINZA」

G2020の活動の一環として制作されたキャッチコピー。制作にあたっては、資生堂の協力を仰ぎ、G2020メンバーとの話し合いを何度も重ねた。舞台のカーテンをモチーフにしたデザインは、街にちりばめられた素敵な体験が、今まさに始まろうとしていることを表現している。

考えてみると、観光客はもとより、日本人にとっても、銀座はよく迷う街です。

道に迷う、何を食べるか迷う、  
買おうかどうしようか迷う、  
次の店をどうするか迷う…などなど

迷うって幸せ。迷うって体験。  
迷うって予想外。迷うって宝さがし。  
迷えることは、ひとつの体験価値だ。

銀座には、迷えるからこそ見えてくるものがある。

**!G!**



左から

松崎宗平（まつぎさそうへい）  
銀座で生まれ育ち、デザイナーを経て2006年株式会社松崎商店入社、2018年同社代表取締役社長就任。2021年東銀座に店舗を移転。2018年第67代銀実会理事を務めた。

伊藤 明（いとうあきら）  
1992年株式会社伊東屋入社、2005年同社代表取締役社長就任。2019年一般社団法人銀座通連合会副理事長就任。2009年から2021年まで全銀座会催事委員長を務めた。

永井真未（ながいまみ）  
2010年株式会社越後屋入社。企業経営のかたわら、2014年より全銀座会G2020の事務局、一般社団法人銀座インフォメーションマネジメント理事。



写真:長坂芳樹

あとがき

G2020は2014年、銀座ならではの魅力を発見し強化すること、銀座らしさを進化させ発信しブランド力を高めることなどを目的に、全銀座会の1プロジェクトとして発足しました。発足のきっかけとなった東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会も終了し、ひとつの区切りとして、ここに活動報告をまとめました。全銀座会会員の皆様をはじめ、この活動に様々なかたちで関わってくださったすべての皆様に心より感謝申し上げます。

これまでの8年にわたる活動から得たことはあまりに多く、一言で言い表すことはとてもできません。ですが、「銀座らしさ」と私たちが呼ぶ価値を、たとえばこんな街のフレーズで表現することができるのかもしれないという、いくつかのイメージが見えてきました。

- 〈銀ぶらの街〉：長い時間を過ごしたくなる、歩くのが楽しい街
- 〈奥行きのある街〉：歴史に裏打ちされた、こだわりと極める力を持つ街
- 〈懐の深い街〉：新しいものや多様な文化を柔軟に受け入れる街
- 〈人の顔が見える街〉：対話を通して信頼関係を築き、人と人が育て合う街

これらは一例に過ぎませんが、このイメージを踏まえ私たちは、銀座で心をひとつにできるようなヴィジョンづくりに取り組みます。そして、全銀座会の各委員会を横断的に貫けるような活動、銀座の基礎情報の把握、銀座全体の回遊性の拡大・滞在時間の拡張・積極的な情報発信、来街者のためのプラットフォームづくりなどの活動へと、歩みを進めていきたいと考えています。

銀座にいらっしゃるお客様、銀座でご商売や事業をなさっている皆様、銀座を愛するすべての皆様に、今後ともどうかご協力をお願い申し上げます。