



日本橋で100年以上商いを続ける老舗のうち104件を確認した。業種も規模もさまざまであるが、江戸の城下町である名残や日本橋の魚河岸に関係のあるものも多い。江戸時代創業の商店は街道沿いに多く存在し、江戸の当時賑わっていた通りが見えてくる。明治時代になると人形町で人形芝居などの芝居小屋が人気となり、人形町周辺に創業する商店が多いこともわかる。



01 伊場仙
伊場仙/小舟町/吉田誠男さん(14代目)



11 玉ひで
玉ひで/人形町/山田耕之亮さん(8代目)



02 江戸屋
江戸屋/大伝馬町/濱田捷利さん(12代目)



12 まつむらパン
日本橋製パン/人形町/松村実さん(4代目)



03 小津和紙
小津和紙/本町/松浦節也さん(小津史料館)



13 快生軒
快生軒/人形町/小島幹男さん(3代目)



04 山本海苔
山本海苔店/室町/山本徳治郎さん(6代目)



14 橋原
橋原/日本橋/中村晴子さん(6代目)



05 神茂
神茂/室町/井上卓さん(18代目)



15 小春軒
小春軒/人形町/小島幹男さん(3代目)



06 弁松総本店
弁松総本店/本町/樋口純一さん(8代目)



16 さるや
さるや/室町/山本一雄さん(8代目)



07 江川春祥堂
江川春祥堂/室町/江川正人さん(8代目)



17 丹波屋
丹波屋/東日本橋/青木知明さん(取締役)



08 双葉商店
双葉商店/人形町/田中実さん(4代目)



18 鳥安
鳥安/東日本橋/渡辺秀次さん(5代目)



09 海老屋美術店
海老屋美術店/室町/三宅正洋さん(9代目)



19 とよだ
とよだ/室町/橋本敬さん(4代目)



10 板倉屋
板倉屋/人形町/藤井雄太さん(4代目)



20 たいめいけん
たいめいけん/日本橋/茂出木浩司さん(3代目)

調査結果「キーワード」

日本橋らしさ



現状・問題



現状・問題に答える機能・特徴



Visualization

GPS を用いて、地図上に位置情報を表示する。さらに地図に時間軸を設けることで、400年の歴史を固有の場所と関連づけて目に見えるようにする。

Visual Folksonomy

日本橋400年マップ上の写真データにタグを付け、検索できるようにしていく分類方法を本研究ではヴィジュアル・フォークソノミーと呼ぶ。ユーザーが閲覧した情報の閲覧数を集計し、「情報」の相関的つながりを取得する。(学習 step) ある程度システムが学習を進めると、ユーザーの「日本橋像」を浮かび上がらせる情報の連関性が取得できる。それにジオメディアを利用することで、地理情報に落とし込むことができる。

Social Network Service

知られざる「日本橋像」が得られる上記2点に追加し、ユーザー間の情報プラットフォームとなることも目指す。すなわち、よそもの、わかものへの発進力強化とともに、世界中に情報発信できる。



Nihonbashi 400years map



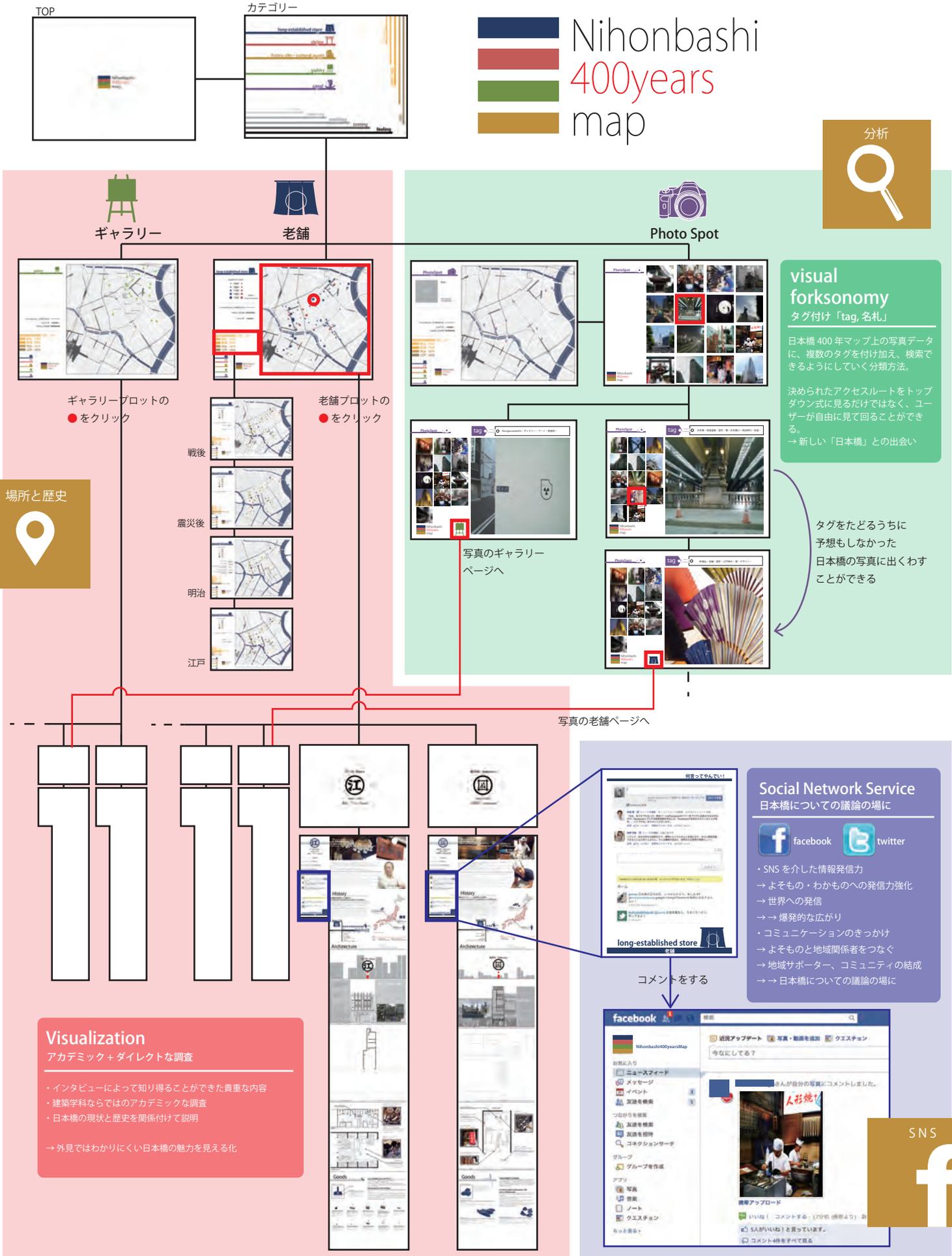
visual forksonomy

タグ付け「tag, 名札」

日本橋 400年マップ上の写真データに、複数のタグを付け加え、検索できるようにしていく分類方法。

決められたアクセスルートにトップダウン式に見るだけではなく、ユーザーが自由に見て回ることができる。
→ 新しい「日本橋」との出会い

タグをたどるうちに
予想もなかった
日本橋の写真に出くわす
ことができる



ギャラリー

老舗

Photo Spot

ギャラリープロットの
●をクリック

老舗プロットの
●をクリック

場所と歴史



戦後

震災後

明治

江戸

写真のギャラリー
ページへ

写真の老舗ページへ

Social Network Service

日本橋についての議論の場に



- ・ SNS を介した情報発信力
→ よそもの・わかものへの発信力強化
→ 世界への発信
→ 爆発的な広がり
- ・ コミュニケーションのきっかけ
→ よそものと地域関係者をつなぐ
→ 地域サポーター、コミュニティの結成
→ 日本橋についての議論の場に

コメントをする

Visualization

アカデミック+ダイレクトな調査

- ・ インタビューによって知り得ることができた貴重な内容
- ・ 建築学科ならではのアカデミックな調査
- ・ 日本橋の現状と歴史を関係付けて説明

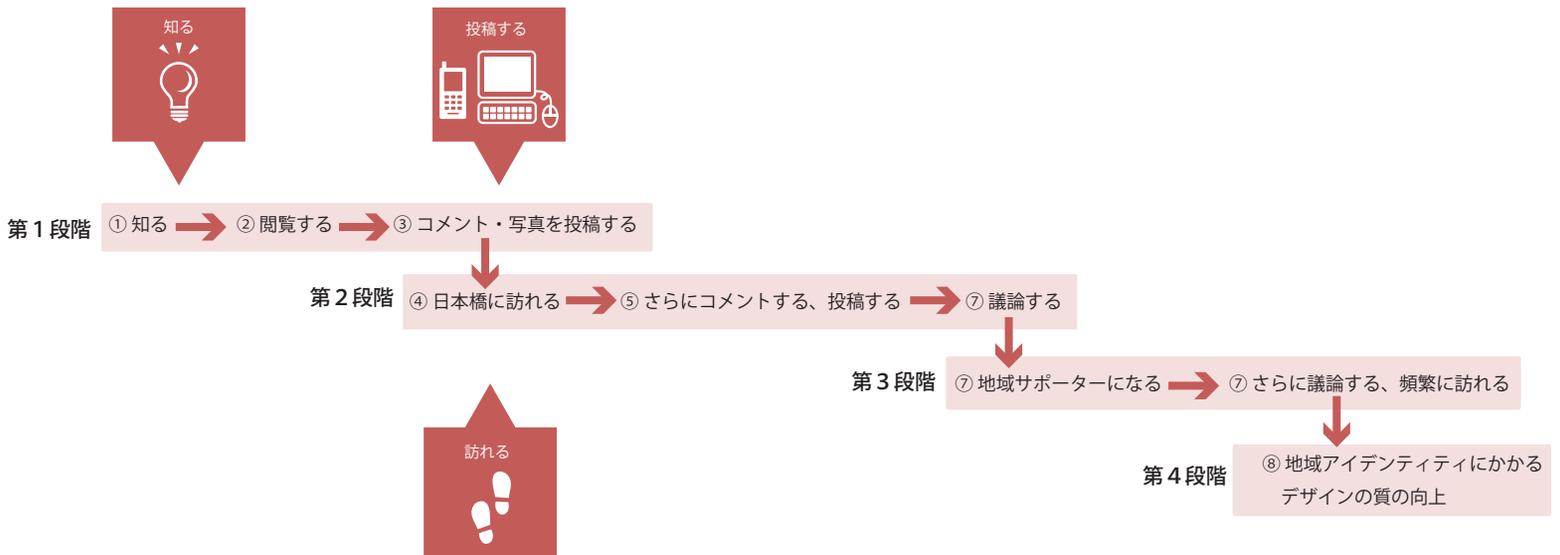
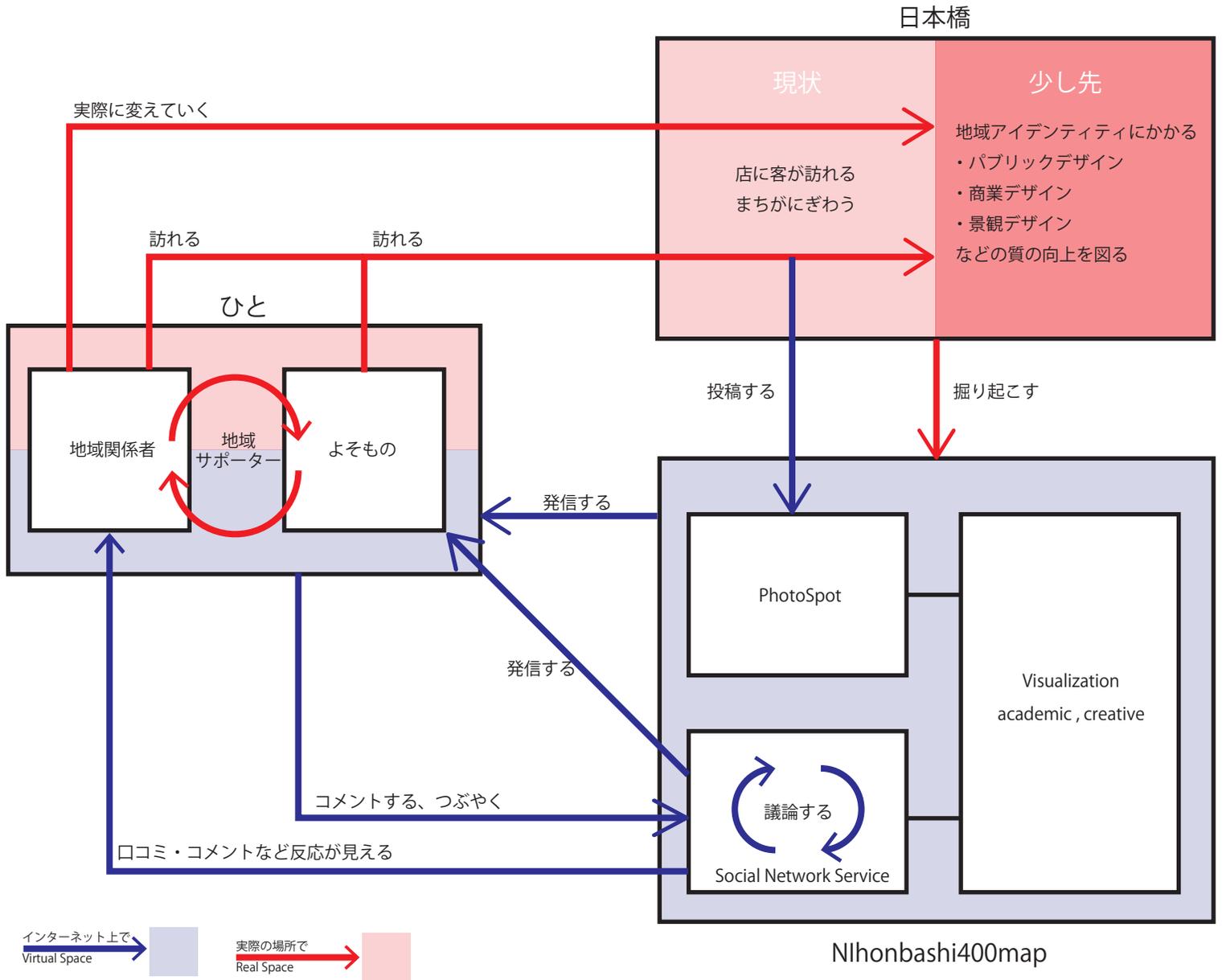
→ 外見ではわかりにくい日本橋の魅力を見える化

SNS





■ ユーザー行動予想



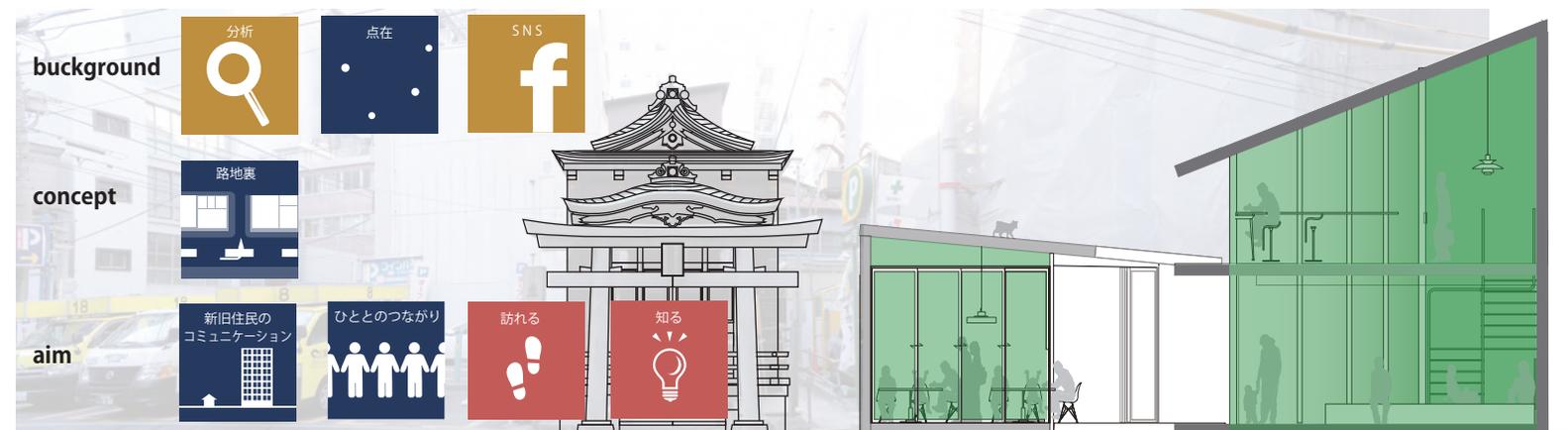
1.induction (手ほどき) 日本橋 400 年マップ内の老舗店舗内観パースに用いられている店舗クリックブルマップ用マーカを実空間にポップとして使用。QR コードを記載し情報空間へリンクできる、老舗を巡る拡張型ツアー。



2.abduction (誘導) 老舗マッピング図より、老舗が集中する中央通りや本町通りと人形町エリアをつなぐ。今ではわからなくなった 1949 年まで掘割があった場所をヴィジュアライズする。通りを抜ける風を利用して風車を回し、その回転力で LED が点灯する。回転数により光に強弱が出て水辺の空間を演出する。



3. seduction (魅力・誘惑) ヴィジュアル・フォークソノミーで得られた PhotoSpot マッピング図より、写真枚数が少なく、つながりが切れてしまっているエリアにアフォーダンスする。近年のマンション開発に伴い、住民が激増しているエリア内で、コミュニティスペースの設計提案。新旧住民や在勤者とのコミュニケーションのきっかけになる。



Site：宝田恵美須神社隣地 (中央区日本橋本町 3-10-11)