

〈書評〉

戸沢行夫著
『江戸町人の生活空間—都市民の成長』
(塙書房、2013年11月)

水野 明日香*

Yukio Tozawa
The Living Space of Edo Citizens: A Development of Citizens

Asuka Mizuno

本書は2013年に40年余りの大学生生活を終えた著者が、長らく翻刻に携わった『江戸町触集成』を利用し、自由闊達、粹で好奇心旺盛かつ生命力あふれる江戸の人々のくらしを五感を駆使して描いたものである。「江戸町触」とは、直接的には南北町奉行所が発令し、町年寄を介して町名主あるいは家主に伝えられ、最終的には一般の町人に広く知らしめられた法令や示達である。内容は、火の用心など日常生活への注意の喚起や将軍の御成による交通止め、鳴物停止など日々の情報、勸進能に関するもの、貨幣鑄造や物価統制から商人株、入札触のような経済情報も含まれ、多岐にわたっている(6-7頁)。そのため、著者が柳田国男の言葉を引用しながら述べる「私たちの日々の日常」という意味での歴史を窺い知ることを可能にする貴重な史料である。著者には『江戸町触集成』を利用した他の著書である『江戸の入札事情』もあるが、前著では町触の中でも「入札触」を主に用いたのに対し、本書では他のタイプの町触を利用し、前著とは異なる角度から江戸の人々の姿を浮き彫りにしている。また本書では、『江戸町触集成』以外にも絵画史料も含めた多様な史料が利用され、読者が江戸の人々の生活を追体験できるよう配慮されている。

以下、各章の内容を紹介したい。I「江戸・東京の都市空間—「江戸一目図」の世界」では、津山藩(現在の岡山県津山市)松平家の御抱絵師・歙形蕙齋が江戸を上空から俯瞰して描いた奇想天外な鳥瞰図である「江戸一目図屏風」(津山郷土博物館蔵)を手掛かりに、空間として連続する江戸と東京を結んでいく(「江戸一目図屏風」についての説明は22-23頁)。そして「一目図」の視点を借りた江戸の描写で一気に読者の想像力を掻き立て、江戸の世界へ引き込んでいく(24-26頁)。続いて、町人身分でありながら御抱絵師として津山藩に所属し、当時としては珍しい西洋風の遠近画法の一点透視図法という手法で「一目図」を描き得た蕙齋を通じて、武家の町としての江戸、都市民の洗練と成長、そうした武士と町人の間にあり、江戸の新しい人間像ともいべき文雅

* 亜細亜大学経済学部准教授

¹ あとがきでは「章」という言葉が使われているが、本文は「章」として区分されていない。これは一般の幅広い読者を想定し、著者が読み物としての体裁を強く配慮したためと思われる。

人層について語られている。蕙斎の新奇な構図を可能にしたのは、身分を超え、自由で洒脱な趣向にとんだ交友関係であったという。例えば、次のようなエピソードは当時の江戸の雰囲気をよく伝えている。江戸を代表する料理屋八百善は、一流の趣味人、食通を相手に高級料理を提供した。その四代目が著した料理本の表紙を描いたのは蕙斎であり、そこにはワイングラスを片手にご馳走を囲んだ本人と思われる人物も描かれているという（26-46頁）。また後には福沢諭吉も通ったというオランダ流御典医の桂川家の邸宅や仙台藩の蘭医・大槻玄沢（1757-1827）の私塾・芝蘭堂は、江戸時代の洋学者や文雅人が集う知的サロンであった。芝蘭堂ではワインパーティーも開かれていたというのは驚きである（47-49頁）。ここでは著者のこれまでの業績である『明六社の人びと』（築地書館）、『オランダ流御典医 桂川家の世界』（築地書館）、『江戸がのぞいたく西洋＞』（教育出版）のエッセンスが詰め込まれている。

Ⅱ『江戸買物独案内』にみる商仕法—在方商人の江戸進出』では、文政七年に刊行された『江戸買物独案内』を導き糸として、旧来からの特権的な商人層に加えて新たに台頭してきた商人層の成長の様子を江戸商業の中核をなした大伝馬町一丁目に焦点を当てながら明らかにしている。『江戸買物独案内』とは、地方から買い付けなどで江戸に出向く者たちや小売の移入者、さらに既に江戸に居住している一般の町人を利用者として想定し、出版された江戸の買い物ガイドブックである。掲載された店舗はおもに薬種や呉服、小間物などを扱う問屋商人であり、『独案内』はこうした店の広告も兼ねていたというのは興味深い。広告文では店舗の「由緒」をアピールし、当時から「老舗」を強調した文言が多いというのは意外なようであるが、家業という概念の存在や変化の激しい都市商業を担う商人たちにとって一定の同じ場所に店を構え続けることは容易ではなかったからという説明に納得させられる（55-62頁）。広告文には「現金安売無掛値」という文言もあり、特権的御用達商人が御用聞きによる屋敷販売を主としていたのに対し、新興商人たちが今日につながるような店先売の仕法をとるようになっていたことも明らかにされている（63-65頁）。他にも不良品の交換や今日の通信販売のような業態も案内されていることが紹介されている（67頁）。

Ⅱの後半では、この『独案内』を性格の異なる複数の史料・研究とつき合わせながら、江戸商業地の中心をなす大伝馬町一丁目の成立過程を店舗形態の変化から明らかにしている。ここで利用されている主な史料は、大伝馬町の伊勢商人の末裔が執筆した研究兼史料の『大伝馬町 付仕入帳』、2012年に刊行されたばかりのデータベース『江戸商人データ総覧』、文政期から天保期の問屋動向を記載した白木屋文書『問屋株張』（石井寛治、林玲子編）、土地の登記簿の役割も果たしていた「沽券絵図」と多彩である。大伝馬町は糸物問屋、木綿問屋、綿繰問屋など呉服衣料に関連した問屋街であり、木綿の生産地として発展してきた伊勢の商人との職縁が強かった。伊勢地方から江戸進出を果たして間もない当初はまだ狭小な割住店舗での営業であったが、化政期には家持や地借によって居住を確保し、幕末期に向けて成長、繁栄した様子がこれらの史料から明らかにされている（68-92頁）。

Ⅲ「都市民が支えた浮世風呂—湯屋株と町共同体」は、地域住民＝町共同体と密接に関わり、き

わめて都市的な業種であった湯屋株の結成に至る経緯を、「町触」に加えて湯屋の営業マニュアルとも言うべき『洗湯手引草』（嘉永四年、1851年）等の史料を用いて、その営業形態と町方運営との関係から明らかにしている。ちなみに「湯屋」とは江戸で使われた呼称で現在の銭湯に近いものであり、一方「風呂屋」とは部屋に蒸気を充満させて垢を落とすサウナのような形態を指し、上方で使用された呼称であった（105-106頁）。江戸に最初に湯屋が開業したのは家康が江戸に入府した翌年であり、当初は地方から来た人々は利用に不慣れであったというが、湯屋はまたたく間に広がり、町ごとにおかれるほどになった。江戸では湯屋に町名を冠して呼称するのが一般的なほど当初から町共同体との結びつきが強かったため、同業者の組合仲間の成立は他の業種に比して遅い寛政期であり、正式に幕府の認可を受けたのが文化七年（1810年）であった。これは湯屋株の幕府公認にもつながり、町共同体の自治的結合の弛緩とも相まって、相対的に町共同体から自立した湯屋営業の再編強化の契機になっていった。湯屋は燃料である薪代や道具代など経費がかかり、経営は引き合わないことが多かったが、湯屋株は値が高く、時代にもよるが千両程度で売買され、株売買による利益は大きかった。実際に湯屋を営業するのは株預かり人であり、その存在は大きかった（107, 133-142頁）。

IVとVでは商人や事業の成長といった狭義の経済史を超えて、人々の暮らしに迫っている。IV「橋詰広場の勸進能一晝札と入込札一」は、町触を利用し、江戸でいかに多くの人々が能を拝観したかを明らかにしている。能舞台はきわめて精神的な世界を象徴的に表現しており、將軍、大名をはじめとする武士層に好まれたが、江戸では町人も能を鑑賞する機会に恵まれた。その一つが「町入能」と称される將軍の代替わりや婚礼、世継ぎ誕生などの慶事に城内で催される祝儀能への招待であった。観能は前もって町奉行、町年寄を通じて通達があり、見物を認められた町人は衣装装束など見苦しくないよう、また無作法な行為はしないよう注意されていたが、実際には騒然とした中で能は演じられ、酒気帯びの町人もいたのか、ときには將軍を「親玉」と呼び捨てたり、大名や役人に罵詈雑言を浴びせたり、役者を野次るなど無礼講であったという（144-149頁）。町人が能を鑑賞するもう一つの機会は「勸進能」と呼ばれる入場料の収益をもって寺社の建立や修復に充てる興行であり、江戸時代には大規模な勸進能は7回行われた。開催場所は江戸のランドマークでもある橋の橋詰（橋のたもと）の広場であった。入場券である晝札と入込札の準備枚数から著者が推計したところによると、天保二年（1831年）の観世太夫一世一代勸進能の町方の鑑賞者数は10万人をはるかに上回る173,654人にもものぼった。弘化五年（1848年、二月に嘉永と改元）の興行の際の鑑賞者数も15日間の総人数は122,740人となり、当時の江戸の町人人口推定約50万人の約25%にも達していた。一般の人々にとって理解は決して容易ではないと思われる勸進能の観客動員数は驚愕に値するが、こうした能人気の背景には打ちつづく飢饉や災害など人々の生活に不安と閉塞感から能が人々の精神的よりどころとして求められたことに加え、幕府による勸進能に対する助成、むしろ半ば強制的な町方負担を促す施策があったと推察されている（150-175頁）。

V「もやし初物考—“匂”を喰らう江戸っ子—」は、文字で書かれた史料には残りにくく、歴史

の対象として捉えにくい江戸の食生活の一端を、一通の町触に依拠しながら、そのような食生活を可能にした社会経済史的背景とともに明らかにしている。「もやし初物」とは、史料の町触中でも使用されている言葉であり、季節に至らないうちに売られる野菜類、例えばきゅうり、茄子、いんげん、ささげなどのことである。本章では導入部分で、近年、初物が好まれ、特に料理茶屋が競って買い求めているがこれらを高値で売買すること禁止する旨書かれた町触が提示されている。この町触は天保の改革に関連して出されたものであり、野菜魚介類の売買時季を明示し、初物の買い占め高値待ちを禁止することによって物価統制を行うことを意図したものであった（190-193頁、196-201頁）。

江戸では大火がたびたび起こったが、当初は大火で家財道具、炊事道具を失った人をあてこんだ屋台は次第に普段の食生活にも溶け込み、大火のたびごとに人々の外食の機会は増えたという。そのような中で、町触で野菜の高値の原因と名指された料理茶屋も、特に明和期から寛政期（1764-1800年）にかけて盛行がみられた。料理茶屋がもやし初物を競って購入したのは、従来から存在した初物を食して吉凶を占う習俗とともに、もやし初物はその軽く淡白な味わいにより、味付けの濃い関東とは異なる江戸の都市の食習俗として好まれていたからであった。本書には料理茶屋で出された料理の献立も掲載されている。江戸湾で採れた旬の魚介類を中心に、御吸物、御焼物、御肴など驚くほどの品数である。当時から、料理は調理の技法だけでなく、食材そのものの品質が良く、旬の新鮮な物であることが重視されていたという。江戸文化の爛熟期となる化政期には、一般の江戸市民の日常生活にも料理茶屋は欠くことのできないものとなっていた（201-208頁）。

こうした料理茶屋が新鮮な旬野菜を入手できたのは、周辺の村々の野菜果実類の供給地としての成長であった。町触は、もやし初物の具体的な生産方法まで書いて禁止したが、それは雨障子で囲うか、あるいは室内に炭団火をたいて温度を一定に保つ促成栽培であった（215-216頁）。江戸時代に既にそのような農業技術が生み出されていたことやそれを行っていた農民の企業家精神には驚かされる。

本書を読むと、江戸がいかに豊かであったかを思い知らされると同時に、江戸の文化は確実に今日の我々の文化の基礎となっていることを実感させられる。それは本書が、著者が日ごろから提唱しておられる「Book & Bootsによる歴史研究」の手本ともいうべき本だからであろう。本書には、読んでいるうちに読者をまるでその風景を見ているかのような気持ちにさせる描写が随所に含まれている。史料に現れる土地を、日ごろから丹念に歩いて見ているからこそ、史料を生き生きと語ることに成功しているからであろう。社会で即、実践的に「役に立つ」学問が人気の時代状況や史料をインターネットで閲覧できる研究環境などは、若手が歴史研究を志すことを難しくしている。本書はそのような時代にあって、「やはり歴史は面白い」と若手に希望をもたらす書である。