



吉祥寺ポリシー

Attractive neighborhood
～誰もが関わりたくなる街に～

01 吉祥寺ポリティシー

吉祥寺将来価値の創造

私たちは、吉祥寺は住みやすく、良い街だと心の底から思っている。
街を見渡せば、ショッピングや飲食で楽しいひと時を過ごしたり、
緑に囲まれた公園でリフレッシュできる豊かな暮らしの生活シーンと、
それらを求める多様な人々が溢れている。
この生き生きとした街の様子を切り取れば、
他の街が羨む生活・人生がそこにある。

一方で、そう遠くない未来に吉祥寺が吉祥寺でなくなってしまうのではないかとこの謂れのない不安を抱えている。
これまでも吉祥寺の強みや弱みを分析し、他の街の事例の検討などを行ってきたが、議論は堂々巡りに終始してきた。
街の魅力や活力を維持していくためには、
個店レベルの小さなものから街区単位のものまで街の新陳代謝が欠かせない。
吉祥寺に関わる誰もが、明日はもっと良くしようとする日々が不可欠だ。
この延長線上にある最も大きな課題は、老朽化が進む建物更新であろう。
私たちは、吉祥寺にとっての良き新陳代謝のあり方を、
次の時代の姿を思い描きながら考えていかなければならない。

技術革新やグローバル化の進展が社会に大きな影響を与え、
私たちの働き方や生活スタイルが激変し続ける中で、将来の街の姿をデザインすることは容易ではない。
また、これまでわが国で行われてきた都市再開発がそのままモデルになるとは思えない。
都市の魅力とはいったい何なのか、人を引き寄せるとはどういうことなのか、
次の時代に街に求められるものは何かという本質的な議論から、
これからの吉祥寺に相応しい街のあり方までをみんなで考え共有していきたいとの思いで、
吉祥寺ポリシー（吉祥寺将来価値の創造）の検討を始めた。
このリーフレットは、その取り組みの一つである。

01
02
03
04
05

01

吉祥寺ポリシー

—吉祥寺将来価値の創造—

02

吉祥寺の正体(アイデンティティ)

—都市の利便性と官能性の絶妙なバランス—

03

取り巻く社会潮流

—メガトレンドを乗りこなそう—

04

求められる考え方

—吉祥寺らしくあるために—

05

面白がろう

—誰もが関わりたくなる街に—



吉祥寺の正体

アイデンティティ

都市の利便性と官能性の絶妙なバランス

ほどほどが功を奏した吉祥寺
センシュアス・シティ吉祥寺
唯一無二の豊かな水辺
ファーストペンギンたちが築いてきた吉祥寺
摩擦係数がバロメーター
利便性と官能性が生み出した生活文化

02

センシュアス・シティ 吉祥寺

改めて吉祥寺の街を見渡してみると、吉祥寺には他の街にはない人間らしい動機に満ちた官能性があることを実感する。加えて、吉祥寺は都市生活に求める利便性や効率性を持ち合わせており、それらが絶妙なバランスで成立するという幸運を手に入れている。単なる物的な充実を超えた、感性を刺激する街は、日々の暮らしに潤いを与えてくれる。
様々な観点から都市評価ランキングが行われている。その多くが、公的なデータを用いて生活インフラの充実度をはかるものか、人の主観に基づいた住みたい街のイメージを問うものである。これらと異なる「人々が豊かに楽しく暮らす都市が魅力的な都市である」という考え方を基に、人と人との関係性の豊かさと、人間が五感によって体験する身体性の豊かさを軸として調査したものが「センシュアス・シティ（官能都市）調査※」である。
この調査で示された最大のポイントは「センシュアス度が高ければ、そこに住むことの幸福度も高い」という関係。成長社会の計画先行ではなく、成熟社会に相応しい人間先行で都市を評価するこの考え方は、これからの吉祥寺のまちづくりにとって示唆に富んでいる。

※LIFULL HOME'S 総研「Sensuous City【官能都市】」（2015年）

・市が示した1962年の当初の計画案（高山案）では、20万㎡を超える広範囲な対象面積と街区をまとめるスーパーブロック方式が提案されたものだった。しかし、商店街が分断されてしまうという地元の意見や、中央線複々線高架化事業の時期が差し迫る等の要因から実現可能な必要最小限の計画となった。その結果、当初の面積が半分以上に抑えられるとともに、スーパーブロックを採用しなかったことで大きな敷地の統合も行われずに従来の街区が残り、中小規模のビル群や路地が混在する状況が生まれた。このことが街に奥行きやスキマをもたらし、多様な街並みや個性的な個店を生む源泉となった。再開発で駅前に大規模なビルが立ち並ぶ均質な街並みが増えていく中で、吉祥寺の個性があぶり出されてきているのではないだろうか。
・近年、ロンドンやニューヨークなど成熟化を先に迎えた都市では、建築やインフラの読み替えや造り替えによる都市再生が進んでいる。そこでは、人の居場所を丁寧に作っていく取り組みが行われており、画一的な理想を描く計画論からの転換が始まっている。

ほほ をど 奏ほ しど たが





唯一無二の豊かな水辺

- ・水辺は、日本人の心のよりどころ。古来より水辺で、涼をとったり、遊んだり、食事をしたりして過ごす文化があった。また、世界を見渡してみても、質の高い都市には必ずといって良いほど、海や湖、川など魅力的な水辺があるもの。水辺がある暮らしは、人々に官能的な魅力をもたらしてくれる。
- ・四季折々の表情を見せる水辺や緑あふれる自然が、ターミナル駅や商業集積地に近接しているという幸運。再開発で都市がどんどん均質化していく中で、東京圏の郊外都市の中では唯一無二の豊かな水辺が、日常生活の一部として至近に存在する幸せをかみしめたい。
- ・毎日の散歩にも、気取ったデートにも、どんな場面でも様々な気持ちを受け止めて、憩いを与えてくれる井の頭公園は、誰もが感じる吉祥寺のとおきおきの場所。時代を超えてたくさんの人から愛されているこの公園は、100年先の未来にも変わらぬ姿であり続けてくれることだろう。

- ・周囲の良好な住宅環境と商店街、井の頭公園など、もともと人を引き寄せる素地を持っていた吉祥寺で、アイデアやセンスに優れた人がそれぞれの熱意をそそぎ込み、様々な事業を展開してきた。その積み重ねがジャズ、グルメ、雑貨、アニメなど吉祥寺の魅力に多様な彩を加えていった。
- ・まず最初に挑戦した人たち（ファーストベンギン）がいて、その人たちへの憧れとチャレンジ精神を併せ持った者たちが吉祥寺で追従し開業を目指す。これが、トレンドとなって街に活力を与えていった。どの時代にも、こうした存在が常にいたことが、吉祥寺に良き新陳代謝をもたらしてきた。
- ・吉祥寺で自らが面白いと感じる事業を世に問いたいと願う多くのチャレンジャーたちによって、この街にしかないライブハウスや飲食店、雑貨店などがたくさん生まれ、街の奥行きを創り出してきた。そこには店主たちの強いこだわりが散りばめられている。こうした魅力的な店が点在する街を巡れば、単なるモノやサービスに止まらない“発見”や“共有したくなる対象”と出会えることだろう。

ファーストベンギンたちが築いてきた吉祥寺



02 摩擦係数がバロメーター



- ・歩き回ってもらうこと（回遊）も含めて、少しでも長く街で過ごしてもらうこと（滞留）は、街のにぎわい創りにとって最も大切な要素である。必要な行動や予定していた行動だけで、さっと通り過ぎて行ってしまう街ではなく、いろいろな場所にひっきりながらより多くの時間を過ごしてもらえる摩擦係数の高い街でありたい。
- ・吉祥寺の街を歩いていると、個店でも、商店街でも、気になる何かと出会い、ついふらりと立ち寄ってしまうことがある。楽しく街を歩き回ることができる変化のある多様な街路（商店街）の広がりや多彩でオープンな店舗は、吉祥寺の大きな財産である。
- ・「あの行列はなんだろう?」「いいにおいは、どの店から漂ってきたのだろう?」「この細い路地の先には、何があるのかな?」。吉祥寺は、こだわりのお店やどこに出るのかわからない路地など、気になってしかたがない対象がたくさんあって、歩くスピードが自然と落ちてしまう摩擦係数が高い街なのだ。

利便性と官能性が生み出した生活文化

- ・吉祥寺には、日々の暮らしの中で年齢や性別を問わず様々な人が訪れる。人々の多種多様なニーズに応えるこだわりの個人商店、個性豊かな商店街、安心の大型商業施設といった多彩な店舗の存在が、日常の買物の利便性を大いに高めてくれている。
- ・多種多様な店舗や飲食店のみならず、非日常のエンターテインメントやアミューズメントを日常の一部として捉えられることも暮らしを豊かにしてくれる吉祥寺生活の奥深さ。
- ・演劇、音楽、アニメなど様々なサブカルチャーを発信し、街に取り込んできた吉祥寺。
- ・住宅が立ち並ぶ中にも気の利いたお店が入り込む、少しだけ豊かな気分が暮らしに溶け込んでいる様子は、たとえ外から眺めるだけでも、街行く人にとって気になる存在。

取り巻く社会潮流

――メガトレンドを乗りこなそう――

03

・社会環境は激変し続けている。少子高齢化の進展や世帯構成の変化に伴い、私たちの暮らしや働き方に対する考え方も変わってきている。私たちは、スマートフォンを手にインターネットの大いなる恩恵を受けつつ、リアルの中でも、これまで以上に立地や品揃えの良さ、24時間対応といったより利便性の高い流通チャネルを選択している。

・これからの消費意識を大きく変え得るコト消費やシェアリング。その変化の根底には、物的には充足したが、さらに精神的な豊かさを求める感情があるのだろう。こうした社会の動きは、モノや空間、移動手段、労働力など様々な対象を飲み込んでいく。コトを提供するサービス業においても、グローバル化の流れと共に、今までにない新しい価値を提案するプレーヤーがどんどん現れてきている。

・私たちは、日常生活において、今まで以上に自らの意思で物事を決めて、自分にとって最も合理的に利益となる行動を多様な選択肢の中で選ぶことができるようになってきた。こうした利便性の享受は、一過性のものではなく、不可逆の出来事である。景気の浮沈に一喜一憂する前に、パラダイムシフトに立ち向かう自分なりのスタンスを考えるべきだろう。

激変する消費構造は、元には戻らない

・未来に残すべき吉祥寺の重要な財産の一つは、多彩な個店を中心とした商業のにぎわいである。だが、インターネットやスマートフォンの普及などの情報技術の激進な発展により、これまでリアルな場所としての都市(マーケット)が担ってきたモノと情報の交換の場を、インターネット上の商取引やSNSなどによるコミュニケーションの世界が奪いつつある。

・私たちが魅力として感じてきた“リアルな場所”ならではの価値とは何なのだろう。この問いに応えることは、これからの魅力的な店の在り方、ひいては活力あるまちづくりにおいて重要なテーマの一つである。

剥がされつつある都市の機能

・住む場所と働く場所を分離することが最善の政策と捉えられてきた時代があった。東京都で働く人が急激に増え、より安く、より広い住宅を求めた東京都市圏の生活者が郊外に拡散した。住宅地は、都心部を中心として放射状に広がる鉄道網に沿うように郊外はドーナツ状に形成されていった。こうして栄えたベッドタウンの衰えが際立ってきている。高度成長期にマイホームを求めて移ってきた団塊世代が年金生活に入り、ものづくりの空洞化で働き手も集まらない。郊外都市の少子高齢化は、都心部以上のペースで進むと言われている。郊外はこのまま高齢者の街になってしまうのだろうか。

・世界三大都市の一つと位置付けられている東京。その都心部の利便性や楽しみの要素はますます高まっている。都心は、社会基盤の水準が高いだけでなく、教育や医療、文化や娯楽など、人々の暮らしを豊かなものにする要素が充実している。このことに気づいた多くの住民が郊外から都心に移り始めている。一方、総人口減少とともに世帯構成人数も減り、単身者や共働き夫婦世帯は増加の一途を辿っている。こうした動きは職住近接を求める傾向を強め、都心回帰の流れに拍車をかけている。

・人口構成、働き方や生活スタイルの変化により、郊外を求める世代はどんどん減っている。現在衰退しつつある郊外都市は、おおそ都心から30キロあたりをドーナツ状に取り巻くように形成されている。それらの郊外と都心の間に位置する吉祥寺はどうなっていくのだろう。じわじわと郊外の衰退に飲み込まれていくのか、都心部の機能の一翼を担うのか。それともどちらでもない独自の道を歩むべきなのか。

良き郊外として生き残れるだろうか

求められる考え方 — 吉祥寺らしくあるために —

イメージが固定化された街はつまらない

回遊性って、ホントに大事?

日常使いを究める

人の質が、場の価値を高める

「よそ者」歓迎

吉祥寺ライフが売り

規制された場所から、みんなの居場所へ

04



つまらない固定化された街は
イメージが固定化された街は

街としてアピールするには、世間の注目を集める「ランドマークや核になるもの」が必要だという意見や、街の特性を「○○の街」などの一言で言い表せないという意見がある。本当にそうなのだろうか。都市のイメージが特定のものに固定化されてしまうのは得策とは言えないのではないかと。吉祥寺は多様な顔を持ち、一言では言い表せないからこそ魅力を放っている。
・出来た当初は賑わうものの、そう時間が経たないうちに新しいエリアへと消費者の関心は移ってしまう。自己実現を目指して生き方が多様化し成熟した社会では、特定の商業施設が継続して人を引き寄せることが難しくなるのは当然なのかもしれない。
・私たちは、吉祥寺が生活起点の街だということを忘れてはならない。精神的豊かさや生活の質の向上を重視する今日において、特定の施設やイメージに頼ることより、日常生活の豊かさを深掘りしていく方が、吉祥寺の特性と時代性がマッチするのではないだろうか。



人の質が、場の価値を高める

・吉祥寺の魅力は個店の魅力であり、個店の魅力は人の魅力によるところが大きい。商いの原点は対面販売である。インターネット社会で生き残るためには、個店がそれぞれの個性を磨き続けることが大切である。商品の品質レベルが向上し、差別化が困難になってきた今、人を引き寄せる店の魅力として、そこで働く人が放つ魅力が大きな意味を持つ。店員が生き生きと楽しそうに働き、客との会話がはずむ店での食事や買物は小気味よい。一声かけることの大切さ。コミュニケーションの質は今後ますます重要になってくる。馴染みの店員さんがいる。そんな店がいくつもある街は、たくさんの人を引き寄せるだろう。

日常使いを究める

・吉祥寺の商圈を広げたいという思いを持ち続けることは正しくないことなのかもしれない。今一度、商圈についての街の特性に目を向けるべきではないだろうか。
・私たちの吉祥寺は、吉祥寺駅を中心とした半径5キロ圏の良質な生活者によって、街のにぎわいが築かれ支えられてきた。このエリアには緑豊かな環境に良質な住宅街が広がっており、ここに住まう人々の数は100万人を超えられている。
・吉祥寺は、商業地のまわりに住む方々にとっての日常使いの街である。この地域の住宅環境の質を高め続けることが、街のにぎわいを維持・発展させる道であり、この魅力的な日常使いの街が、それ以外の地域の人には、非日常の街としての吸引力を持つのではないだろうか。

04



回遊性って、ホントに大事?

・吉祥寺を語るとき「回遊性が高い」と言われる。駅を中心に放射状に商業地が広がり、その端部に大型商業施設があることで、買い回り、歩きまわりが楽しめると言われてきたが、消費行動が変化していく中で、今後もそれは同じだろうか。
・SNS等で得た情報に基づいて消費行動を行うことや、何かを買うかよりも、どう過ごすかが求められる時代では、これまでのような買い回りを中心とした歩きまわることが楽しみになるのだろうか。スマホを見ながら歩き目振らずに店を目指す人々の姿を見て、回遊しているとはいえない。
・歩き回ることは出来ても、実は街中にはポーンと佇むことができる場所は意外に少ない。回遊性という言葉を実信するのではなく、滞留の魅力づくりを考えながら、改めて街の過ごし方を考える姿勢が大切である。



・日本を訪れる外国人旅行者が求める嗜好は変化してきた。自らをツーリストではなく、インサイダーと捉え、ローカルの文化を知り、ローカルな人との交流を求めている。それは、「生活するように街を楽しみたい」ということなのだろう。

・吉祥寺には、インサイダー達を魅了できるちょっと刺激的で、ちょっとホットでできる生活シーンが散らばっている。吉祥寺ライフを体験してもらうこと。それこそが最先端の観光資源なのだろう。

・日本人が「住みたい街」として高く評価している街に、インサイダー達が興味を抱くのは当然。だからこそ、私たちは、吉祥寺が住みたい街として高く評価されることにこだわり続けるべきではないか。

吉祥寺ライフが売り

規制された場所から、みんなの居場所へ

・街の活力を維持、発展させるためには、新陳代謝が欠かせない。社会環境が大きく変わり続ける中で街の将来を考えるためには、柔軟で新しい発想が必要だ。そのためには吉祥寺の中だけで論じていたら答えに近づくことが難しいだろう。

・これからのまちづくりでは、自分たちの街に新たな刺激をもたらしてくれる「よそ者」がどれだけ来てくれるかを意識する必要がある。外部の人との交わりによって、思いがけない発見や結びつきが生まれるかもしれない。良きライバルとして刺激し合い、創発が生まれることが街の新陳代謝につながっていく。

・吉祥寺は、多様性の街だ。街の奥行きや深さは、建物や通りの街並みだけで感じるのではなく、そこで事業を行う多様な人によってもたらされるもの。吉祥寺が、あらゆる境界線を越えて多様な人が集える場であり続け、私たちが吉祥寺の内外や立場を超えたチャレンジを受け入れるマインドを待ち続けることが出来たら素晴らしい。

04

「よそ者」歓迎

・吉祥寺の公共空間は、楽しく、便利に使われているのだろうか。街を見渡してみると、ルールに縛られて、活かしきれていない空間があると感じることはないだろうか。多様な魅力と触れ合える街歩きは吉祥寺の魅力の一つだが、昼でも夜でも佇むこともできる選択肢があれば街で過ごす時間ももっと楽しいものになる。生活者や事業者が公共空間をもっとオープンに利用できたら、街のにぎわいはさらに豊かなものになるはずだ。

・テクノロジーの進化は、生活スタイルはもちろん人の移動の仕方も変えていく。例えば、自動運転の技術は人より洗練した操作やマナーを発揮してくれることだろう。道路の境界が無くてセキュリティが保たれる技術が出てくれば、柵を作らなくて良いのかもしれない。今まで安全や利便性のために機械の存在を前提に設計していたまちづくりも、人がまずどのように居られるのかを優先して考えるようになっていくだろう。

・街の将来像は、ユーザーの経験の積み重ねによってつくられるもの。街で過ごす人たちが、公共空間でマーケットを開催したり、ライブを行ったりワクワクするようなユーザー経験の選択肢を増やすことで、街の楽しみ方が増え、過ごす時間も長くなり、次の楽しみへとつながっていく。だからこそ、様々な規制などで使えなくなっていた場所をみんなの居場所に変えていくことに意味がある。多様なスケールの空間・時間軸でパブリックスペースを最大限に活かす取り組みは、成熟した社会における必然ではないだろうか。





誰もが関わりたくなる街に

吉祥寺の良さは、必ずしもメジャーではない小さな要素でも必ず満たしてくれる懐の深さにある。高級住宅もあれば、B級グルメもあり、キラリと光る雑貨店もあれば、アニメオタクも、アイドルファンも受け入れてくれる。

ライフスタイルがより一層多様になってくる社会においては、それぞれが大きなポテンシャルを秘めているとも言える。決してナンバーワンではないかもしれないけれど、身近な魅力が感じられる。惹きつけられるうちに街に関わってみたい。何かに決めつけて枠をはめるのではなく、様々な人の関わりを受け入れてくれる懐の深さは、結果として吉祥寺の良さをさらに伸ばすことになる。

都市とは、人の思いの集合体である。今や、都市を創る立場の側から一方的な考えを押し付けられるほど単純な社会環境ではない。ではどうするのか。それは、吉祥寺が将来にわたって、誰もが関わりたくなる街であり続けることだ。活力のある街にはたくさんの行動する面白い人間がいるもの。また魅力のある街は活力を生む面白い人間を引き寄せるものである。

街にとって大切なのは街のつくり手である一人ひとりが、様々な立ち位置で、それぞれの事業やプロジェクトに熱い思いを抱いてチャレンジすることであろう。そのチャレンジをもっと面白がりながら。



面白がる

photo©Erieta Attali

photo©林喜代様

吉祥寺は良い街だ。私たちは、この稀有な街が将来においても賑わいを失わないで欲しいという願いから、吉祥寺ポリシー（吉祥寺将来価値の創造）の検討に取り組み始めた。当初は、誰もが共感できる街のポリシーと、それに基づいたビジョンの構築が必要なことだと考え、様々なリサーチやディスカッション、フォーラムなどを行ってきた。

しかし、検討を重ねる中で、目指すべきビジョンを固定化し、それに向かって一致団結してやっつけようという考え方に疑問を抱くようになった。さらに、万人に共感される都市の将来像は存在し得ない時代になったのではないかと、そもそも道路や広場の計画はあったが、今言われるような街のビジョンを共有したことがあったのかと考えるようになった。

共有すべきことは遠い将来像ではなく、これまで積み上げてきた吉祥寺のにぎわいの正体（アイデンティティー）ではないか。改めて、吉祥寺の街並みをゆっくりと眺めてみてほしい。共有すべきポリシーは、すでに街が持っている。それを再確認し共有することをまちづくりの土台にすることで「何をすべきか」「何をしてはいけないか」が自ずと明らかになるのではないだろうか。

各地で再開発が行われ「都市の均質化」がどんどん進んでいる。吉祥寺は都市の均質化に飲み込まれてはならない。今必要なのは、先人たちが築き上げた他の街にはない吉祥寺のアイデンティティーを磨き続けることと、新たなものを生み出すためにスピード感を持ってチャレンジし続けることだろう。

平成31年3月

一般財団法人 武蔵野市開発公社





フィールドワーク

ビジネス界で活躍されている方々とともに、吉祥寺のまち中を歩き回り、異なる分野の事業者目線も取り入れながらまちの魅力や可能性を探った。吉祥寺のまちに広がる多彩な店舗や個人的な通りの数々と、そこに集う多様な人々が混然一体となった魅力を再認識するとともに、にぎわい創出につながる可能性を持ったまちのスキマやチャレンジすべき切り口などの気づきを得ることもできた。まちの現場の人たちが吉祥寺の価値として捉えてきたことを外部の人からも追認されたという側面もあれば、外部の目線によって新たな気づきが得られたという要素もあった。参加する人の属性によって異なったものが見いだせる可能性がある。

アナログツアー

当然だが吉祥寺だけをみている吉祥寺の将来はみえてこない。様々な街で、様々な主体が展開している事例に対しても積極的に目を向けていく必要がある。アナログツアーとは「類似体験を通して、デザインアイデアの気づきを得ること」。この活動では、都内の様々な空間を訪問し、創業者や施設の運営担当者へのインタビュー、そこに集う人々が、その場所にどのような価値を見出しているかを体験し、それを通してまちづくりの気づきを得ようと試みた。空間構成や設えだけでなく、サービスの在り方なども含めた場の成り立ちを把握し、その施設を利用するユーザーの行動や、そこでの実体験をもとに、吉祥寺における「望ましい経験」の検討の参考とした。

上野桜木あたり(谷中) / カストリ書房(千束) / 岡野弥生商店(西浅草) / BETTARA STAND(東日本橋) / 旅する新虎マーケット(虎ノ門)
 SHIBAURA HOUSE(芝公園) / WISE OWL HOSTELS TOKYO(八丁堀) / TRUNK HOTEL(原宿) / COMMUNE 2nd(南青山)
 snow peak glamping(南青山) / 品川シーズンテラス(品川) / Fuglen Tokyo周辺(奥渋谷) / 代々木公園(原宿) / Cat Street(原宿)



データセクション株式会社
代表取締役社長 兼 CEO
林 健人氏

セレンディピティと安心感のバランス

大企業と個人店舗のポジションが絶妙。このバランスは保つ方が良いのか、壊す方が良いのか。新陳代謝は街の活力を生む。路地の30mを歩かせる魅力は、街の強味である。扱われている商品のクオリティが高い。自由が丘や代官山より高いと感じる。



株式会社スロウ
代表取締役
原 大輔氏

イーストエリアにポテンシャルを感じる

イーストエリアは路面部分が閉じている。若者がアートやファッションの分野でチャレンジできる場づくりが展開できたら面白い。一方、吉祥寺には40~50代の大人が落ち着いて飲める場所が少ない。イーストエリアの雰囲気を活かして、この切り口は持ち込めるのではないかな。



株式会社ツクルバ
代表取締役 CCO
中村 真広氏

活かしきれていない街のスキマ

2階以上の店舗が空いている。面白いことをしてくれる人に優遇してはどうか。高架下や小さな公園などをストリートスポーツ系で活用すると若者にアピールできそう。ペニーレーンのように通りのキャラ立ちをはっきりさせると面白い。



株式会社シェアカンパニー
代表取締役
武藤 弥氏

面白い場所を示せば、面白い人達が集まる

昼と夜で顔が変わる場づくりを。影の部分があるから他が輝く。若者のチャレンジを誘発するものがあればよい。複雑な所に、オシャレなもののミックスはあり得る。小箱の集積が観光資源になる。例えば、公共の駐輪場などに空中階を設け、飲食店などの小箱を埋めてはどうか。作り切らず、味のある感じがよいのではないかな。



軒先株式会社
代表取締役 / スキマハンター
西浦 明子氏

誰もがチャレンジできる場が求められている

閉まっている店舗や、店舗前の空きスペース、長いこと使われていない駐車場などのスキマも活用することで、まちを回遊するきっかけになりそう。1階を店舗にするなど古い建物をリノベーションすることで、「文化のある吉祥寺」としての価値を創造している。

いつもどこかで賛沢感を得られる

- ・こだわりの強さと、日常生活のゆるさの絶妙なバランスが居心地の良さを高める
- ・街のスキマがお気に入りの場所に変わる
- ・店員の熱意が場の価値を高める
- ・面の価値を作るために人の流れを生む点を作る

常識を超える挑戦が歓迎される

- ・場のコンテクストを活かしたチャレンジが他にはない魅力をつくる
- ・ニッチな領域でも深めれば人を惹きつける価値が生まれる
- ・小さなチャレンジの積み重ねが場の性質、変化を捉え、より大きなチャレンジにつなげられる

ストリートのエネルギーを感じられる

- ・都市の余白がアクティビティをつなぎ、価値を生む場となる
- ・多様な居場所と隣接するコンテンツの組み合わせが境界を曖昧にし過ごし方の幅を広げる
- ・丁寧なデザインと維持管理が過ごしやすさを高める
- ・心地よい「見る、見られる」の関係が、場のにぎわいにつながる
- ・表と裏をつなぐ動線が街の奥行きを醸成する

個人の思いをまちの共有知に変える

- ・非日常のコミュニケーションが喜びや刺激となる
- ・お金を使わなくてよい居場所が来訪のハードルを下げる
- ・熱意のあるコミュニケーターの介在が人のつながりと新しいコトを生み出す



フューチャーセッション

次世代を担うまちの現場や市の若手を中心に、市外の企業の方々も交え、社会が急激に変化していく中で吉祥寺がどのような将来像を持つべきか議論した。外から見える吉祥寺の姿や、「他のまちではスタンダードでも、吉祥寺ではNGという価値観」「こんな場所で、こんなことをしてみたら楽しそうというアイデア」など、世代間や吉祥寺内外を越えた意見交流の機会是非常に有意義なものだった。

インスピレーショントーク

[面白い人があつまる場づくり]

集まって影響しあう	ローカライズする	編集的に考える	組織と個人の間をつくる	都市と自然を歩き来する
-----------	----------	---------	-------------	-------------

[SNSから見る吉祥寺]

ローカルだけが「らしさ」ではない	キーワードだけでは特徴は見えない	生活の起点とエッジ・みんなの一番って何?
------------------	------------------	----------------------

[よそ者からみるまちの見え方]

オープンでフラットな関係づくり	行政任せではないまちの自立	等身大に生きる	リスクよりも自由	あいまいさを受け入れる
-----------------	---------------	---------	----------	-------------

今後の社会動向

人口減少社会に突入	老年人口が増加、生産年齢人口が減少	テクノロジーの進化	など
-----------	-------------------	-----------	----

中の人だけで完結せず、外の人が入ってきてくれた方がよい。外とのコラボレーションが必要

プレゼン大会で、「まちで、こんなことやりたい」という意見など、小さい企画にお金をつけることも必要

公共空間の活用が重要になる

一人の人のカラーに染めすぎず、小さいものが寄り集まるようにしていく

中心から外れたところにも出店できるということを新しくまちに入ってくる人に伝えるのが大事

曖昧で、寛容で、懐が深い街であり続けられれば魅力があせなと思う

住みたいまちの殿堂入りをして、ランキング不参加を宣言する

SNS調査

「吉祥寺のあるべき姿」の検討に際して、生活者の主要な情報収集手段となっているSNSを利用して現状把握を行う。SNS上の「街」に関するデータを収集・整理し、内容を集約することで、他の街との比較によって人々と街とのかわり方を明らかにした。

STEP 1

街話題分析 (SNS)

- ・そもそも「街」について、SNS上でどのような人が、何について、どの程度話題にしているのかが可視化する。
- ・一緒に語られている「街」はどこのかを可視化する。

STEP 2

街の訪問目的の特定 (検索ログ)

- ・「街を訪れる人は、訪問に先立ち情報検索を行う」と仮定する。
- ・「街」と一緒に検索された単語から、何に期待しているのかを明らかにする。

STEP 3

訪問目的に合わせた街の利用シーン (SNS)

- ・STEP2の結果をもとに、訪問目的に対してSNSの投稿を読み込むことで、「街」がどのように利用されているかを明確化する。

吉祥寺

城西・多摩地区住民の憩いの場



新宿・三鷹・中野

中央線沿線を回遊。中野などで用事を済ませてから吉祥寺に立ち寄る投稿が目立つ。

共起する街

登場人物

様々な世代や人種が集まる

若者から中高年まであらゆる年代が集合している。

メインスポット

カフェ・雑貨店・井の頭公園

北側はカフェや雑貨店、南側は井の頭公園が話題の中心。カフェ巡りや井の頭公園の散歩を楽しむ。

来訪の動機・その他

何となくまったり

「吉祥寺でランチやショッピングをして過ごす」ことが主な目的。一人もしくは友人とまったり過ごしている。

回遊ルートの一つ

中央線沿線を回遊し、落ち着ける場所として吉祥寺を訪問している。

蔵前

流行に敏感な層の目的地



浅草・浅草橋

地元住民の散策ルート。浅草近辺から隅田川沿いにかけて移動している。

アーリーアダプター

流行に敏感なアーリーアダプターが、話題のお店を当たりに訪問している。

浅草近辺・カフェ・雑貨店

地元住民が浅草近辺を散策しているほか、おしゃれなカフェや雑貨店が訪問されている。

カフェ・雑貨店

話題のお店やメディアで紹介されたお店が目的。特定のお店を目的地として蔵前を訪問する。

地元住民が散策

隅田川沿いのエリアを地元住民が散策している。

下北沢

若者の街・演者の聖地



渋谷・原宿

ライブの開催地として共起する他、渋谷の西側から下北沢にかけてのエリアが散策ルートとなっている。

若者や「コア」なファン

若者が中心であるほか、ライブや舞台の聖地として「コア」なファンが訪問。

ライブハウス

ライブが話題の中心であり、各地のライブハウスが話題に上っている。

ライブ・舞台

インディーズバンドや舞台を求めて「コア」なファンが集合。

ファッション

若い女性が渋谷・原宿から下北沢にかけてのエリアを巡っている。

順位	ワード	目的	件数
1	吉祥寺 ランチ	食事	25783
2	吉祥寺 アトレ	商業施設	12431
3	吉祥寺 東急 (百貨店)	商業施設	10126
4	吉祥寺 映画	映画	7418
5	吉祥寺 第一ホテル	ホテル	6778
6	吉祥寺 コピス (商業施設)	商業施設	3884
7	吉祥寺 駅		3587
8	吉祥寺 いせや (居酒屋)	食事	3252
9	吉祥寺 バルコ	商業施設	2941
10	吉祥寺 グルメ	食事	2882
11	吉祥寺シアター	映画	2720
12	吉祥寺 中華街 (中華料理屋)	食事	2167
13	吉祥寺 オデヲン	映画	1805
14	吉祥寺 居酒屋	食事	1715
15	吉祥寺 キリスト集会		1638
16	吉祥寺 キラリナ (商業施設)	商業施設	1633
17	吉祥寺 ヨドバシカメラ	専門店・雑貨	1626
18	吉祥寺 カフェ	食事	1158
19	吉祥寺 東急rei ホテル	ホテル	1117
20	吉祥寺 ホテル	ホテル	1017
21	吉祥寺 ラーメン	食事	1004
22	吉祥寺 ユザワヤ	専門店・雑貨	1002
23	吉祥寺 すずき		934
24	吉祥寺美術館	趣味	902
25	吉祥寺プラザ	映画	865

順位	ワード	目的	件数
26	吉祥寺 魚金 (居酒屋)	食事	826
27	吉祥寺南病院		799
28	吉祥寺 バス		752
29	吉祥寺 cave カエル (雑貨)	専門店・雑貨	724
30	吉祥寺病院		664
31	吉祥寺 エステ	美容	636
32	吉祥寺 丸井	商業施設	635
33	吉祥寺 スキット (スニーカー)	専門店・雑貨	632
34	吉祥寺 構内園		608
35	吉祥寺 駐車場		605
36	吉祥寺 聯珍樓 (中華料理屋)	食事	514
37	吉祥寺 リップス (美容室)	美容	509
38	吉祥寺 メガロス (ジム)	趣味	485
39	吉祥寺 駅ビル	買う	471
40	吉祥寺 サムタイム (ジャズクラブ)	趣味	466
41	吉祥寺 音楽祭	イベント	464
42	吉祥寺 地図		463
43	吉祥寺 ねこ祭り	イベント	432
44	吉祥寺 talk back (レストラン)	食事	420
45	吉祥寺 羊羹	食事	420
46	吉祥寺 美容院	美容	414
47	吉祥寺 食べ歩き	美容	395
48	吉祥寺 六方 (雑貨)	専門店・雑貨	385
49	吉祥寺 肉山 (焼肉)	食事	385
50	吉祥寺 葡萄酒 (ステーキ)	食事	384

過去1年間に於いて検索された吉祥寺に関するキーワードについて、上位50位を名寄せして整理すると、「食事」と「商業施設」に関するキーワードが多く検索されている。

調査概要

- ▶調査媒体
国内主要blog、Twitter10%、検索ログデータ
「検索ログデータ」として、国内主要ポータルサイトの検索ログを活用。
月間UUは約3000万、日本国内のユニークブラウザ数の約3割を網羅したデータを使用。
- ▶調査時期:2015年10月1日~2016年9月30日
吉祥寺
ソーシャル合計 325,521件
Blog 73,593件
Twitter10% 251,928件
検索ログデータ 318,994回

都市の

本質とは

私たちは、
都市の何に
引き寄せられるのか

私たちは、
都市に何を望むのか

吉祥寺で語り合う

都市の本質とは

私たちは、都市の何に引き寄せられるのか 私たちは、都市に何を望むのか

第1部 対談

隈研吾×饗庭伸

饗庭 皆様、こんにちは。吉祥寺フォーラム2018「吉祥寺で語り合う。都市の本質。とは」ということで、第1部は、私と隈研吾さんとで「都市の本質は何か」というお話をさせていたかどうかと思っています。よろしくお願いたします。

建築家の隈さんですけれども、設計事務所が隈研吾建築都市設計事務所となっていますね。「都市」という言葉がなぜ入っているのか、そこに込められた意図は何かをまずお聞かせいただけますでしょうか。

隈 そうですね、もともとは都市計画でそんなに好きではなかったんですよ(笑)。というか、僕らの学生時代、要するに僕が大学に入ったのは73年ですけど、その前ぐらいの都市計画という丹下さんなんかを描いていた「東京計画1960」という有名な絵があるじゃないですか。ばつーと軸線があって、その軸線にそってタワーがとんとん並んで伸びていくみたいな。都市計画というのはああいう感じのイメージだったから、70年代のときの感じでは、ああいうのは時代とずれているなという感じがして嫌だったんです。

それで、僕は誰に興味を持っていたかというところ、原広司という人で、僕の大学の先生でした。原研究室というところでやっていたのが集落調査でした。集落というところは、辺境の集落を調査して回る。集落とというのは日本の村も集落は集落だけれども、もって辺境へ行ききたいというのがそのときの原先生の言っていたことで、僕はそれに憧れて原研究室に入ったんです。僕のとときは、サハラ砂漠縦断の旅といって、サハラの集落を砂漠の周りとか、サバナの周りとかを調査したり、熱帯雨林とかをずつと見たり、集落を回って村を調査するというのが。それは、当時の丹下健三流の都市計画の全く反対の感じに憧れていたんです。

建築については、単体の建築で美しいものをつくるということにも、自分はそのなかに興味ないなと思っていました。その当時は単体の建築で美しいものをつくるのは、権文彦さんや磯崎新さんなどが代表選手みたいな感じだったんだけれども、ああいう単体のものできれいなものにはあまり興味がなかったんです。汚いほうがいいと思っていたから、集落なんか汚くていいなと思っていました。

それで都市計画も嫌だな、建築も嫌だなと思っていただけたけれども、事務所をつくるときに集落事務所ではあまり仕事が進まないし、集落では頼んでくれる人はいないんじゃないかと思ったので(笑)。何でもやりますよという意味で、建築都市という名前にしたぐらいのことで、それ以上の意味はありません。

都市の本質とは

饗庭 ありがとうございます。おそらく皆様、今回のフォーラムのチラシをごらんになっておいていただ

いたのではないかと思います。都市とは何かという大きい問いがあって、今日、後半で書かれるお二方も含めて、都市とは何だという答えが書いてあるという感じのつくりになっているんですけども。

隈さんについては、「都市は失敗の集積にほかならず、失敗を重ねた都市ほど偉大な都市だ」というふうに書いてあります。私は、「都市とは、豊かな生活をしたという目的のための手段の集合体だ」という書き方をしています。この2つの言葉を説明しながら、都市の本質は何かという議論をさせていただきたいと思っています。

最初に、隈さんのほうから、この言葉の意図と、これを含めて都市についてお考えになられていることをお話しただければと思います。

隈 1つは、自分自身がつくった建築について、いつも、ああ、ここは失敗したなと必ず思うんですね。あまり大きな声では言えないんですけども、言っていますけれども(笑)。ああ、あそこをもうちょっとあしっておけばよかったなとか、あそこをこうしておけばよかったなとか、そういうふうには誰でも必ず感じるものだと思うんです。

完璧な建築なんというものは世の中に絶対になくて、ここはうまくいったけれども、ここはちょっと失敗したなとかそういう部分があって、設計者というのは必ずそういう思いを抱きながらつくっているわけだから、何らかの欠陥とか失敗が重なってできるけれども、逆にそれが一種の建築や都市のおもしろさになっているのではないかと思います。そうやってできるものは、結局ある種のノイズを作り出しているんじゃないかなと思っています。だから、逆に言えば、最近はまだ失敗がないなんていうのを目指すのではなくて、むしろある種の緩さみたいなもの、緩さがあったら、失敗感があつたほうが、みんなから好かれる建築になるんじゃないかという思いがあるんですね。

それは、さっき言った、ちゃんとした建築をつくる。例えば権先生とかは、建築ができた後に、建築を絶対変えさせないんです。だから、ごみ箱一つ置いちゃいけない、ごみ箱を置くときも相談しなさいみたいな感じ。あるいは、ポストも貼つてはいけないと。どっちかというところ、そういうタイプの建築家が多かったわけだけれども、僕はそうではなくて、おもしろく変えられるたりすると、一瞬ショックを受けることもあるんですが(笑)、ああ、こういう変え方や使い方もあったのかと、そういうところで結構あるんですね。

それに抗議したところから結構あるんですね。あ、きつと使っているうちにこういふことに気づいて、こういうふうに変えちゃったのかなと思うんです。建築や都市をそういうふうに変えたいという作品として変えちゃいけないというように捉えるのではなくて、ある種失敗の連続みたいなことと緩さのようなものが集積

したほうが、住みやすい建築や都市になるんじゃないかなという思いがあって、こういうことを書いたんですね。

饗庭 ありがとうございます。ちなみに失敗を重ねた都市ほど偉大な都市だという書き方をされていますけれども、答えは1つではないかもしれませんが、最も失敗した都市というのか、偉大な都市というのは、何かお勧めは世界都市の中でありますでしょうか。

隈 例えばよく言うのは、ブラジルの首都のブラジリアなんというのは、都市計画の失敗の象徴だ、みたいなことをよく言われるじゃないですか。あれは計画したことをよく言われるじゃないけれども、それは全然人間が住めるよなまじにならなかつたと言っていて、そういう意味での都市計画的失敗の象徴と取り上げられますね。でも、行ってみたら、そこはちゃんと人間が住めるようにととんとん変えているわけです。

饗庭 ああ、ブラジリア。ブラジリアってそんな感じじゃないですか。行ってみると、このまち、住めるなと思つたわけですね。そういう意味で、典型的な失敗とも言われているブラジリアも、ちゃんと人間が住みこなして、ある種ぐちゃぐちゃ感が出ているところは、すごくブラジルのエネルギーでいいなと思います。そういう力を人間というものは基本的に持っているから、その力をうまく生かせるので、都市が変わってくるのではないかなと思つたんですね。

饗庭 なるほど。次に、「都市とは、豊かな生活をしたという目的のための手段の集合体だ」という考えを説明させていただきます。

もともと都市とはどういうふうにできたんだろうというのを調べたことがあります。都市の最初はマーケットです。後段で鈴木さんがマーケットの話が主だけれども、農村で暮らしている人たちが自分たちがつくったものを交換する場所としてマーケットができ、最初は週に1日とか、月に1日とかだったのが、だんだん毎日になっていって、やがてそれを交換する専門職のようなものができてきて、それで都市ができてきたと、歴史的にそういっている人たちがいます。つまりは、農村とかに暮らしている人たちが今より豊かな暮らしをしたいなと、向こうの村の野菜を食べたいとか、隣の村のジャガイモを欲しいとか思つたときに、都市に行つたということです。そういう意味では、都市って「手段」だったんです。都市をつくらうと集めたのではなく、豊かな生活をしようと思つてできてきたのが都市ということです。そういうふうには、都市をもつ一度捉え直すことが、とても大事なかなと思っております。

なぜこういうことをわざわざ申し上げているかというと、私自身はずつと都市計画の世界で研究と実務をやってきたんですけども、どうしても都市計画の人



つまり私たちは交換と分配の代理人であるわけですが、交換と分配をひたすら人生の中で繰り返していったら人生を楽しく暮らすかということが大切なことであって、都市はその交換と分配の舞台にすぎません。すごく単純な言い方で難しいことを言っていますけれども、そんなことを考えています。

次に、今の日本の都市の状態は、土地をほとんど分けて、交換してきている段階にあるということに指摘したいと思います。1945年、戦争が終わった後に、このあたりがまさしくそうだと思いますけれども、農地解放がされて、大きい農地がばらばらにされ、そこで働いている人たちに分配されたというところから日本の戦後の都市というのはスタートしています。

それで、その農地の人たちが自分の子供を大学にやりたいとか、遊ぶビルをつくりたいと思ったときに、新しく都市にやって来た人、吉祥寺を思い浮かべるとわかりやすいんですけども、吉祥寺に住みたいとやって来た人にお金を交換して、それで吉祥寺の中に都市がどんどん出来ていきました。土地がどんどん小さく分けられていって、みんなが交換と分配を繰り返していくことで複雑にややくしくなってきたというのがある状況です。

いうふうにして、もう一回白紙に戻してやるというやり方もあるんですけど、多分それは起こらないだろうということですね。そんなパワーが日本人にあると思えないので起こらない。

そこで、細かく分かれてしまった土地をいかに賢く交換していくか、いかに賢く分けていくか、そんなことをやらなくては行けないのではないかと考えています。先ほどの隈さんの失敗のお話を聞いていて、小さく分かれてしまった都市には小さい失敗が累積している、それが逆に魅力につながることもあるんだと、そんなふうに考えておりました。

これから私たちが何ができるかを考えてみますと、土地が細かく分かれてしまった都市においては交換と分配しかやることがないですから、自分が持っているものを他人と交換するときに、どういうふうにいかに交換をしていくか、あるいは自分が持っているものを誰かに分け与えるときに、いかにいいやり方で行っていかか、その交換と分配の仕組みをつくるって、一人一人がいい仕組みをつくる、それが累積したものがいい都市ということなのかなと思っています。

隈 その交換、分配が、やっぱり時代とともに、逆にしにくくなるということなのかな。先ほどの分割のイメージでいうと、1つは、街区制みたいなスケールの話があるじゃないですか。それがどんどん細かく割れていってということも示唆しているのかな。

二かみしたいなおもしろいものは、そういう高山家のスーパーストリック方式がうまくいかなかったからそうだったという話は、いい話だなと思って聞いていたんです。

だから、小さくぐちゃぐちゃになると、それが都市におけるエンタロピー増大の法則だとすると、それは逆におもしろいことかもしれない。それに對して、例えばトータルの容積率とかを使うことでしか高く建たないわけだから、デベロッパーが入ってきてそういう土地をまとめて買おうとすると、どうしても高い値段になってしまったり、こういう小さく割られるというエンタロピーを覆そうとする、ものすごい高額なお金で土地をまとめて買わなければならない。そうすると、その上に建てるのは当然、ものすごい高い家賃とか、高層の分譲マンションになる。結局、交換の結果としてそれができるんだけれども、その交換のときに発生するコストによって単なる値段が高くなるだけの普通の高層マンションというものになってしまうといったことは、寂しいなというふうに感じました。

隈 そうですね。細かく分かれることがだめなことなどは、私も思っています。まさしく今おっしゃったみたいに、吉祥寺のまちを見て、誰も一つにまとまらなかつた50年ぐらい前の話かもしれないんですけども、あれどもそういう時代があったから今がある。それで、それぞれ小さい中で何かおもしろいことをやろうとしてきたときに、連鎖反応的におもしろい交換が起き始めたという、そんなふうにも思っているんですから、小さいところにたくさんの人たちがいて、ふだんはほらばらばらで、仲が悪かったりするでしょうけれども、何かきっかけがあったりとか、何かまとまる要素が出てきたときに、おもしろい動きが起きるんだろうなと思っています。

隈 やっぱリースケール、僕は小さく、ぐちゃぐちゃのスケールがすごくおもしろいまちをつくるような気がしています。アメリカでいうと、オレゴン州ポートランド、西海岸のシアトルのちよつと南のまちで、今アメリカではすごく人気があって、住みたいまちナンバーワンなんです。吉祥寺は日本でも、いつも一番に売られてました。

隈 最近、1番の座を落ちたといううわさを。でも大体トップ3には入っていますね。

隈 ですね。ポートランドはアメリカでは、最近はずっとトップのまんなんです。ポートランドの人間が、どうして自分たちのまちに人気があるか、それなりを分析して、1つは、街区制が小さいということ。折を言っていて、ポートランドでは平均40メートルぐらいの街区制で、ニューヨークの裏通りはいろいろ違いますが、60メートルから80メートルぐらいなんですね。さっき言ったブラジリアは100メートル。一番切りがいいから100メートルにしようと思って、100メートルにした。

そうやって見る、ポートランドは40メートル、40メートル歩けば、すぐ小さい道があるという感じで、それがまちの住みやすさの理由だとか、あと、よく言うのが、そもそもすごく寛容性がある、LGBTの人なんかはすごく住みやすい。アメリカだと、そういうのにすごく厳しいまちもあるけれども、ポートランドはそういうのにすごく寛容で、住みやすい。

行ってみると、実際僕らのプロジェクトもそういう関係の人は多かったし、とても自由な雰囲気です、それが小さい40メートルですけども、関係しているかなと思ったので、小さくなるのはいいことだと思っています。

都市は失敗の集積に ほかならず、失敗を 重ねた都市ほど 偉大な都市だ

隈 研吾

世界的に注目される日本人建築家の一人。株式会社隈研吾建築都市設計事務所主宰。木材を使うなど「和」をイメージしたデザインが特徴的で「和の大家」とも称される。「都市は失敗の集積にはかならず、失敗を重ねた都市ほど偉大な都市だ」と語る都市論にも造詣が深い建築家。



都市とは豊かな生活を したたいとい目的の ための手段の集合体

アライビングシティー & ライトインダストリー

饗庭 そうですね。私生まれが兵庫県なんです。やっぱり東京来ると、働いていろいろなものを手に入れていくという過程があって、それで家を買ったり、いろいろなことをするんですけども。おそらく、小さいものを売っている都市とか、最初に自分が暮しを組んでよさと思ったときに、ものが手に入れやすい都市は、実は住みよい場所であったりする。そういう都市がいろいろあるんですけど、ポータランドの話聞いていて連想しました。

隈 それで、僕は最近考えている都市の魅力の一つは「アライビングシティー」といって、誰かがどこからか都市にたどり着く過程で生まれるところ。都市って、今の饗庭さんの話でも、都市の起源は人がどこから来たことではじまるわけですね。もともと東京生まれ、東京育ちではなくて、どこからか東京に来る。地方から出てくるときに、最初に住む場所って、あまり価格の高いところは住めないけれども、自分の来た方向と何らかの関係性がある。

饗庭 伸

首都大学東京 教授。都市の計画とデザイン。そのための市民参加手法等について研究。また、国内各地の現場において実際のまちづくりに関わり、それに必要なまちづくりの技術開発も行う。近年のテーマとして、人口減少時代における都市計画のあり方に関する研究に取り組む。著書「都市をたたく」では、「都市とは豊かな生活をしたい」という目的のための手段の集合体」と書く。

心には行けなくてというあたりのバランスを見ながら決まってくるのかなと。

でも、わりとアライビングシティーは若い元気のいい人間が出てくるから、それが活気にもなって、その場所を魅力的にするということがあってはいないかなと思っているんです。それで、世界の各都市にはきつとそういうところがあるはずじゃないかと。何でそれを考えたかという、パリで言うと、パリの北のほうの場所、パリの北駅よりちょっと北のシャルルドゴールからパリに入っていく途中に、円盤みたいなサッカールームがあるのを存存じです。サンドニスタジアムというサッカースタジアムがある。

隈 サンドニのスタジアムの名前ばかりですけれども。サンドニのこのあたりの、サンドニの下の駅のコンペに僕ら、選ばれて、そこで今設計しているんですけども、現地に行ったら、隈さん、この通りは車から降りないでくださいと。すごい治安が悪い。何で北のサンドニ地区の治安が悪いかというと、中東から来る人のアライビングシティーなんです。そういう系の人がかりで、レストランもそういうのばかりに系っている。

それは、パリで数年前にテロがあって、テロリストはほとんどそこに住んでいる。だから、ここは車から降りないほうがいいですよと言われて、これは、やばい場所です。仕事をすることに考えたんですけど、そういうときに、その話を読み解いていくと、なぜその

場所がそういうふうになったかという、それはパリの大改造をオスマン(※2)がした時に多くの人を強制退去させるわけですが、その強制退去者を全部サンドニ地区に押し込めたんです。それで、そういうふうな強制取用の土地みたいなことで、それからずっと危なくて安いという歴史を引き継いできている。

でも、パリ市はそういうところもちゃんといいまじりにしたいなと思っていて、僕は駅の中に広場をついたり、楽しくしてみたいな、そういうコミュニティの駅みたいなのを提案しているんです。アライビングシティーというのは、安いという反面で、逆におもしろくなる可能性がすごくある場所です。そういう場所は、この吉祥寺辺りは人気があって高くなり過ぎたかもしれないけれども、そういう出てくるときは東京との中間点、インターフェースみたいな場所というのは意味があるんじゃないかと思っていて、今、饗庭さんが出てきた時の話で思い出したんですけど。

隈 そうですね。私、最初、出てきて複雑な経緯はたどっているんですけども、私にとつてのアライビングシティーというのは中央線の高円寺です。お金がなかったんで、探して一番安い2万7000円のアパートでお風呂がついていなくて、トイレだけついているところなんです。建築の勉強をしていたので、製図板を置けないとだめだということ、広げられども、安いというのを探したら、そうなんだ。中央線沿いにそういうところがあるんだらうなと、お話を伺って思いました。

三鷹駅の北の方にけつこうあるという話でした。

隈 横河電機の周りだと思えます。

隈 横河電機の周りあたりは下請とか、結構そういうのがあったというのを聞いて、ああ、そういうのも魅力のものにつながるかなと。

今、パリでも元軽工業地帯は一番人気があって、理由の一つは運河があるからなんです。運河沿い、運河とか水運上に軽工業が広がるから、軽工業の古い倉庫があるし、運河って魅力的じゃないですか。パリでも運河沿いの軽工業の東とか、ちょっと北とかのあたりで、僕もそこを事務所にしたんですけど、そのおもしろさみたいなものが、軽工業が出ていった後の、あるいは出ていこうとしているところのまのおもしろさみたいなのは、三鷹駅の北の方にもあったのかなと感じたんですけどもね。

隈 そうですね。東京の大きい構造で言うと、いわゆる軽工業地帯というのは西と東という、東側に寄っています。墨田とか、江東とか、葛飾にあるのと、あとは大田区と海沿いのほうにあるということが一般的です。おそらく東京の西側は、軽工業とか、大きい工場が入りつつも、かなり住宅都市という側面が大きかったんだろうなとは思っています。

隈 うん、それで、1カ所、東京の西側で例外を見つけたんです。目黒川沿いに、中目黒があって、目黒川って校の名所があるじゃないですか、あそこに準工業地域が残っているんです。ライトインダストリーのまちで、今でもほんとうに工場が残っているんです。何でそれに気づいたかという、スターバックスがロースターという巨大焙煎機を中心にした、でかい店舗形態を始めて、シアトルは1号店で、東京は3号店ぐらいなんですけれども、僕はその設計をやっているんです。その焙煎機が高さ10メートルもあるものなんです。こんな巨大な焙煎機、見たことないんじゃないかと。それで豆を炒るんです。それが日本だと、その機械を置ける場所が限られているわけ。日本の建築基準法が準工業地帯しかそれを置かせなくて、巨大な機械だから。

ところが、アメリカだと商業地域にも、住宅地域にも置けるからシアトルのスターバックスは商業地域の一番にぎやかなところに、ドンとそれをつくらなければいけません。日本で調べてみたら普通の商業地域には置けないことがわかったんで、準工業でイケるところはないかと調べたんです。そうしたら、目黒川沿いに準工業でイケるところが、ほんとうにひとつだけあったんです。その土地を何とか探してきて、それをスターバックスの人が日本にも奇跡的にあったんですと言ってきたんです。それを経験して、ああ、準工業って、こんなところにも、川があれば、その周りだけ準工業があったんだとすこおもしろかったです。

ただ、やっぱりテロの話でいうと、アライビングシティーが腐るというか、アライビングシティーから出られないというのが問題なのかもしれないと思いましたが、そこからは手がつかないかと、その中で経済が完結してしまっていて外に出ていけない。例えばフランスの音楽なんかを聞くと、アラブ系のテイストがまじったミュージシャンなんかが出てきていて、成功したりしているんですけども、そういうのが欲しいなと思っていました。

隈 そうですね。アライビングシティーもそうなんですけれど、日本とは違う都市を訪れた時の方が、わりと都市の構造が見えてくることがあるじゃないですか。僕はパリに事務所があって、ときどき行くから、パリのいろいろな構造を考えていて、みえてきたことがもう一つあるんです。それが「ライトインダストリー」、都市の中にある軽工業地帯なんです。

隈 ああ、軽い工業地帯。
隈 軽工業地帯というのは、都市の中だったら、やっぱり20世紀の場合は軽工業地帯というのは空気が汚いし、うるさいし、安い場所だったけど、今、軽工業がさらに外に出ていったりとかするようになって、その場所というのはすごく魅力的な場所になる。ただ安いからじゃなくて、昔の工場に使っていた建物をリノベーションしたりとか、そういう余地がたくさん残っているから、そこは逆に魅力的になるので、さつきちょっと質問で、この辺でライトインダストリー、軽工業みたいなのがあったんですけど聞いたら、

隈 これは都市計画の問題ではないかと思うんですが、用途地域が商業地域とか、住居地域とか13の区域に分かれていて、その中の準工業地域と工業地域というところにだけロースターの機械が置けたという話です。

今、特に東京で起きていることのひとつの現象は、準工業地域がマンションになっていることなんです。全部住宅に変わってしまっている。都市というのは多様であるべきで、いろいろなものがあるとおもしろいなと思うんですけども、全部が住宅になるというのは、特に平成の後半くらいから起きていることではないかなと思っています。

それで、逆に、準工業地域って何が建つのかと考えると、様々な建築物が建つんです。住宅だろうが、商業だろうが、多分ピンクっぽい店も建つんです。だから、ほんとうに何でも飲み込むような面白い場所なんです。そういう場所が、デベロッパはマンションばかりをつくることになるんです。

日本の都市計画は住宅を守るために、住宅を工場から離そうとか、住宅をお店から離そうと考えられている。だから、準工業地帯があるんですけども、いろいろなものがつくられちゃう中でマンションばかりが増えていくというのが問題だとみえています。だからこそ、都市の中の工業地域とか、準工業地域というのはすごく貴重になるなと私は読んでいます。

さきほどのスターバックスの話も、用途地域を考えたのは1919年、100年前なんです。用済みでも、その時には100年後にどんなカフェがあっても、そこで巨大な焙煎機を管理することなんて誰も想像してないわけですよ。なので、当時考えたことのない思いがけないことが、これから先の未来に起きるかもしれない。見たことのない新しい工場とか、変わった施設ができていくかもしれない、そういうときに見たこともない新しいものを受け入れることができる場所を都市が持っているかどうかというのは、とても大事なことで、さきほど思っています。

今、隈さんの話を聞いていて、吉祥寺にもあんなカフェが出来れば良いなと思いましたが、それを置ける場所がないから、中目黒に取られちゃった(笑)。まちの中にそういう余地みたいなものがあることが大事で、さらにそれを住宅やマンションにしてしまわないことが、とても大事なことで考えています。

郊外都市のこれから

隈 期せずして東京の西側の話になりましたけれども、郊外の都市というふうには、都心があって、郊外があって、このあたりは郊外と言われておりますけれども、郊外都市の行く末ってどうなるんでしょうかという、





そのあたりについて少しだけ議論させていただければと思うんですけど。

隈 都心があって、郊外があって、アライビングシティ的なものが大体中間のところにある。郊外も高いわけじゃないですか、ある種、きれいな住宅地になっっているわけだから、その中間のところに僕はすごく可能性を感じている。

同様に、ライトインダストリーというのも工業地域と住宅系地域の中間にあって、川とか運河とか何かの諸条件でちょっと分岐したり、都市構造が完全なリング状をしていなくて別の構造がそこに入ってきている。そこにも興味があります。ひとくくりで郊外って捉えるのではなく、逆に何をしたらいいんだろうという感じがありますね。僕は逆に聞いてみたいんじゃないですか。

隈 ああ、そうですね。今の言葉で言うと、アライビングをして、その後、結婚して、子供が生まれてきたのが郊外という、少し外側に来て、一戸建ての住宅みたいなものを中心に来たのが、特に日本とか、戦後の成長期の東京で特徴的に起きたことではないかとみています。

隈 ただ、そのときに、アライビングシティで若いころに2万7000円のところに住んで、少しお金があったら、今度は少し逆に外側に行く。でも、外側に行きたいという人よりも、小さくていいから内側に住みたいという感じのメンタリティーって、昔はそんなになかったメンタリティーだと思うんです。それは、基本的には車というものに対するある種の面倒さささというのを抱えているときに、まちなもつと真ん中の

ところで歩いていろいろなことが解決する場所がいいなという方向性が出てきている。

そういうのがまち歩きみたいな「プラタモリ」的なものがそりうものに運動しているのではないかって。実は、きのう、僕、タモリさんと対談する機会があったんです。テーマは、まさに「これからの都市」というテーマで、NHKでお正月にやるらしいんだけど、僕は、都市は自動車を中心に、そのインフラを中心にしてきた20世紀の都市から、歩行者、歩くということを中心にして、路地をテーマにしたようなまちな変わっていつていると思うんですよ。

「プラタモリ」は、そういう時代の変化をまさにつかまえた歴史的番組だつて持ち上げたんだけど、タモリさんは、はあっという感じで全然反応してくれなかったんだけど（笑）。でも、僕は基本的にはそういう大きな流れがあるんじゃないかなと思っっているんです。だから、郊外も、郊外でぶらぶらできるということが、僕はこれから求められてくるような気がするんじゃないかと。

隈 そうですね。私は多摩ニュータウンという郊外の典型みたいなところに大学があるからしかたなく住んでいっているんですけど、大事だと思っっているのも歩くのが好きなことであって歩くんですよ。でも、やっぱりそこには必ず人がいて、先ほど失敗とおっしゃいましたけれども、当初、多摩ニュータウンを考えた人が思っていないような使い方をしている人たちがいたりして。それは歩いてたら発見できますし、そういう失敗みたいなものは、歩くことによって支えられてきたというのは感じます。

隈 どんなところでも、ブラジリアでもちゃんとまちになるように、人間というのは住みこなしていける。だから、それにはある種住みこなしているような制度的な緩さとか、あるいは、その核になるような投資みたいなものが必要なのではないですかね。

放つといてもいいかなと、その辺はどうですか。逆に放つておいたほうがいいという人がいるかもしれないうですね。

隈 そうですね。私は、都市計画の専門家の中だと放置系なんですけれども。

隈 放置系？

隈 何かいろいろ道路を作ろうとか、オープンモールを作ろうとかいうふうには頑張る人たちもいるんですけども、私はわりと放つておいたほうがいいよ派なんです。

んです。吉祥寺というのは、ずっと放つておかれたという気がしなくもないものですから、放つておいたほうが、住んでいる人がいろいろな失敗とか、エラーをたくさん起こして、結果的におもしろくなるんじゃないかなというふうには思っっているんです。

のがいいですね。都市計画家でないながら放置系というのがあるんですよ（笑）。

隈 隈先生はすぐ会場を出られないといけないというふう聞いておきますので、ここで会場から質問があれば、2つほどお受けしてということになっていようんですけども。いかがでしょうか。

A氏 町田市から参りました。貴重なお話、どうもありがとうございます。最後のほうで住みこなしている制度の緩さというお話と、核になる投資が必要なのではないかというお話で、制度の緩さというのは、先ほどのお話でヒントがあったかなと思っんですが、核になる投資という点で何かヒントをいただけたらと思っっております。よろしくお願ひいたします。

隈 ありがとうございます。

隈 そうですね、また自分のプロジェクトで、それに関係することを思っ出したんですけど、シドニーの中華街の近辺にもすごいマンションがいくつか建っているんですけど、メインの買い手は中国人なんです。今、オーストラリアで中国人の人はみんなマンションを買っているじゃないですか。中国人は、やっぱりチャイナタウンの脇がわりと好きだから、チャイナタウンの脇のベイに面しているところとほとんど建つていて、その真ん中にシドニー市がレンドリースというところとPPPパブリックプライベートパートナーシップ）でつくっている施設の設計をやっているんだけれども、そのプログラムはほんとうにおもしろいと思っつて。

そんな大きくはないんですけども、1階はマーケットで、それはほんとうにオープンなマーケットで、フリーマーケットをやるときもあるし、魚介類のカートみたいなものを持ち込めるようなオープンスペースが1階にあつて、2階は保育園になっているんです。中国人が来ると、子供を育てたりするのに、保育園がないと日本と同じで待機児童問題が起きるので。さらに3階は図書館の支所で、この小さな図書館の上がレストランになっている、そこから港が見えるという組み合わせのものです。

ラーメンみたいな格好のビルで、中華街が近いからラーメンがいいかなと思っつて（笑）。ぐるぐる木々のルーパーが回っているみたいなビルにして、みんな、ラーメンビル、ラーメンビルと言っているんです。何かそういうものが1個あるだけで、高層マンションがいっぱい並ぶという空気をちょっと壊すことができたかなという思いで、高層マンションとは全く逆に、そういうやわらかいラーメン型のビルにしたりしています。

でも、こうした考えをもとにシドニーの市が率先してそういうプログラムをつくるのは、すごいやるなと思っつています。それで、行政の方もいらっしやる前でも、なんだけれども、シドニーで打ち合わせをした役所の人はほとんど女性でした。女性の人が行政に多い。都市計画系は特に多いのかな。それで、みんなすごく切実な問題と、とても素敵な場所だと思っついたらね。

隈 ありがとうございます。あとお一方、お願いいたします。

B氏 私は都市計画のコンサルをやっています。後半でニュータウンみたいな話が出てきましたが、多摩ニュータウンのペダストリアンデッキみたいなものはストリートかというところではないと思っつますが、何かストリー的なものと準工業的なものとの出合いのところに、おもしろいものがあるのではないかと思っつました。何かそのようなイメージでおもしろいところがあれば、お聞かせください。

隈 そうですね、ばつと思っつては、準工業的なものの産業遺産のもので、例えばニューヨークのハイラインなんているのは、まさに工業的な遺産のものがストリートをつなぐって、高さ20メートルもあるから、20メートルなんか絶対人は上らないだろうと思っつたら、あの上を人間があんたにたくさん歩くようになっていたら、あれが新しい建造物だつたら多分失敗しただろうけれども、結構ほろほろの貨物線だつたら、建物が高くても、ちょっと緩い感じになつていってうまく行ったんじゃないかと思っつた。そういうことって、工業地とか、準工業地の中にほとんど起こり得るんじゃないかなと。

だから、立川のところなんか、わりとキツチュな建物とか、きれいにし過ぎていませんかね。

隈 駅の北側ですか、ああ。

隈 駅を起点にしてやるということが、すごく接点としてはおもしろいと思っつます。

隈 そうですね。歩きながら意外なものに出会えるかなという気がして、そういうところに歩ける道を作つて通してみるみたいなことも良いのかもしれないと思っつました。

では、お約束の時間が来てしまいました。まだまだ私もお話を伺いたいことがたくさんあるんですけども、第1部の対談は以上とさせていただきます。ありがとうございました。（拍手）

第2部

パネルディスカッション

饗庭伸×島原万丈×鈴木美央

饗庭 第2部は、島原万丈さん、鈴木美央さんと私の3人でパネルディスカッションをやらせていただきます。ディスカッションに入る前に、お二人の取り組みをご紹介いただきたいと思います。最初に島原万丈さんにプレゼンテーションをお願いします。

島原 皆様、こんにちは。島原でございます。LHULL HOME'S 総研という組織で働いております。LHULL HOME'S 総研は家探しのホームズくんという、不動産ポータルサイトをやっている会社の中にある非常利組織の研究所です。そこで毎年住宅マーケットを中心にした調査レポートをつくる仕事をしています。多分ここにお声がけいただいたのは、2015年に出した「Susurus City」官能都市」という調査レポートの話だと思っつます。

このレポートをつくったきっかけ、動機ですが、ゲイグルの画像検索で「再開発」とやっていたんだけど、ずらずらっと同じような絵が出てきます。今、日本で再開発というのがあちこちで行われているわけなので、特に東京は大変盛んです。再開発といえは、大体

超高層ビルのある同じような形になっていく。つまり、日本中が再開発という名のもとにどんどん均質化している、同じようなものばかりでま上がついているのではないかという問題意識でした。小さい木造が密集しているような地域が全部一掃されて、スーパーブロックの超高層ビルがま上がつてしまつたということなんです。

そのような状況の中で、我々は日本社会が都市の魅力をやつて測っているのか、ここが問題なのではないかと考えました。例えば、東洋経済さんが行っている「住みよきランキング」で7年連続第1位のまちが、千葉県の印西市なんです。印西市というのは千葉ニュータウンのある街です。

このランキングは、マスメディアにもかなり取り上げられるんですけども、どうやって住みよいまちを決めているのかという、公的な統計を使っつて、病院のベッド数が人口当たりどれくらいあるかとか、大型商業店舗の面積が人口当たりどれくらいあるかとか、世帯当たり新築の住宅着工数がどれくらいあるか、こういったものを積み上げてランキングをつくっている

わけです。つまり、建物や施設がたくさんあるまちがいいまちなんだ、住みよいまちというロジックで組み立てられています。これまであまり何もなかったところに駅をつくつて、大きなショッピングモールをつくつて、その周りに分譲住宅地をドンと提供すればランキングは上がるという仕組みになっています。でも、人口がこれから減つていきまふよというときに、こういうまちが住みよいまちだというふうには言っつていられないかという問題、あるいはそのようにま上がつたまちがほんとうに我々の住みよさという実感に合っつているのかといった、いろいろな問題意識があります。

そのほかに有名なのはSUUMOが毎年出している「住みたい街ランキング」です。ずっと吉祥寺が不動の1位だったのが2位に落ちまふて、2位だった横浜に抜かれた。どうして抜かれたかという、調査の方法を変えて、人口構成比に合わせて集計をすると横浜のほうが上だったという、それだけなんです。だから、別に吉祥寺の魅力が落ちて2位になつたとか、横浜がすごく頑張つて1位になつたのではなくて調査主体の

都合です。

この調査で「住みたい街」をどうやって決めているかという、単なる人気投票です。あなたが住みたい街はどこですか、3つ選んでくださいというものですから、タレント好感度ランキングみたいな感じで捉えていただく分には全然いいんですけども、ほんとうに住んでよかつた街なのかということとは全く問われないわけなんです。

「動詞」で経験値をはかる

それに対して、私が提案しているセンシユアス・シティというのは経験値ではかるというものです。都市の魅力はどうやってはかるかというときに、このまち、何かいいよね、感じいいよねと、そういう感覚があると思っつんですが、その感覚的なものをどうやってはかるかということが問題だつたわけなんです。そこで、私は何々したことがあるという経験を積み上げてみたらどうだろうかと思っつました。それは、例えば、気持



都市には もつと官能が 必要だ

島原万丈

LIFULL HOME'S 総研所長。1989年株式会社リクルート入社。2005年よりリクルート住宅総研へ移り、ユーザー目線での住宅市場の調査研究と提案活動に従事。2013年リクルートを退社。同年株式会社LIFULLでLIFULL HOME'S 総研所長に就任し、2014年「STOCK & RENOVATION 2014」、2015年「Sensuous City [官能都市]」を発表。著書「本当に住んで幸せな街 全国官能都市ランキング」を通じて、「都市にはもつと官能が必要だ」と説く。

ちいという心理的な形容詞ではかつていく場合は、今日は気持ちいいけれども、あしたは気持ちよくないとか、すくぶれが大きい。しかし、何々をしたという動詞、経験値というはぶれない。

そこで、動詞で感覚をはかれるのではないかと考えたわけです。では都市の魅力を計る動詞群とはどのようなものか。大きなカテゴリの1つ目は「関係性」です。都市に住んでいるということ、人と人との関係がどうなっているかについて「共同体に帰属している」「同時に「匿名性がある」「ロマンスがある」「チャンス（機会）がある」という都市の関係性を示さるうと思われる4つの指標を設定し、それらを構成する動詞（経験）を評価項目にしたのです。

例えば「共同体に帰属している」という価値観を、今まで行政はどうやって測ってきたかという、町会加入率とかにするわけです。何かピンと来ない。それよりも、例えばお寺や神社にお参りしたとか、あるいはなじみの飲み屋で盛り上がったと、こういったような経験のほうが、生まれ育ったまちではない、ただ偶然、今そこに住んでいるだけのまちに対しても、自分の地元だと思えるような実感が増すのではないかと。「匿名性がある」の中には、実はお叱りも受けたりもしたんですが、不倫のデートをしたという項目があります。別に不倫のデートを推奨しているわけではなくて、不倫のデートというのは、あなたには関係ないでしょという匿名的な行動の典型だと思っただけで、こういったような経験値をはかることで、都市の匿名性を測定する。

「匿名性がある」まちというのは、路上でキスをしたとか、すてきな異性に出会えたとか、チャンス（機会）がある」というのは、いろいろな人がいるからこそ出会える場所にアクセスできた。こういったふうな経験値の多さで都市における「関係性」の価値をはかる。それから、もう一つの大きなカテゴリは「身体性」。体が気持ちよく感じるかどうかについてです。例えばおいしい食事ができた、ローカルフードを楽しんだというの「食文化が豊か」ということをわかりやすく測れると思っただけです。まちの活気というのはどうやってはかるべきか。これも、行政のはかり方だと、通行量調査なんです。通行人が多ければ活気があるかという単純な考えでは、品川駅のコンコースは一番活気があるということになるんですが、あそこはただ混雑しているだけであって活気があるとは誰も思っていない。そうではなくて、例えば路上や公園で誰かライブをやっているとか、あるいは商店街からいにおいがしてくるとか、人々が活動している営みを感じられるかどうかこそが、活気があるということではないかと、そういう経験値をとりました。

「自然を感じる」も、ただ公園が多いのではなくて、水や緑と直接触れられるような経験ができるかどうか。それから、歩ける、歩行空間の快適さみたいなものも、ただ単にフラットでパリアフリーかどうかというよりは、例えば手をつないで歩くとか、寄り道、回り道をしたりして、いつも歩かないような道を歩くとか、こういったような経験をしたかどうか。これを全国の主要都市を対象に、そこに住んでいる人にアンケートをして、自分のまちでこういった経験をすることがあるかどうか、その経験数の積み上げでランキングをしたのが、このセンシユアス・シティランキングです。

都市にはもつと官能が必要だ

結果をさっと見ていただきたいんですけども、全国134のエリアの中で武蔵野市が第3位に入っています。その上は大阪の北区、それから1位は文京区という結果になりました。ですから、何となく我々が感じていた吉祥寺、いいよね、武蔵野市、いいよねという感覚というのは、決して建物の数とか、病院の数とか、ショッピングモールの面積でははかれなくて、こういったふうなアクティビティーで計測したほうがよかったです。

ここから見ていくと、武蔵野市の詳細を見たいんですけど、非常に高いわけですが、関係性の中でも「ロマンスがある」、あるいは、身体性の部分で軒並みベスト10以内です。特に「まちを感じる」という部分では134の日本の都市の中で一番という結果になりました。ほかの都市と比べてみると、近隣のエリアでは相手にならなくらい吉祥寺は強いわけです。特に身体性の部分で上回っている部分が多いということがわかります。

次にもう少し上位のエリアと比べてみるとどうでしょうか。例えば1位の文京区と比べて見ると、「共同体への帰属」で負けている。「歩ける」も負けているんですが、「歩ける」指標でおもしろいのは、文京区というのは東京で一番坂が多くて、パリアフリーでない街なんです。その街の人が一番街を歩いているということがわかります。それから、港区と比べていくと何が見えるかというところ、港区というのは匿名性があるとか、ロマンスがある、チャンスがある、この3つがすごく強いんです。この3つはいわゆる都会的な街の象徴的なアクティビティーなんですけれども、そこではやや劣勢ですが、身体性の部分でかなり上回っているということで、総合順位は武蔵野市が高くなりました。

目黒区と比べていただと、実は、目黒区と武蔵野市の結果はすごく似ていることがわかります。しかし、武蔵野市はやはり「自然を感じる」という項目で勝っていて、公園のおかけではないかなと思われま

こういったふうな調査データを発表して、都市の魅力というのは、別に再開発でばんばんやることだけが都市の魅力を高めるわけではないよと。今まで、何か漠然といいねといった感覚というものを、動詞で測れば可視化できるんじゃないかというふうな提案をしているところなんです。ですから、都市の本質は何かという問題に対しては、私は都市の専門家ではないので何とも言えないんですけども、都市には官能が必要なのではないかと感じているところで。

響庭 センシユアス感には人によって違うというのは、まず大前提としてあると思います。それで、島原さんにとつてのナンバーワンセンシユアス・シティというのは、どこでしょうか。島原 よく聞かれます。センシユアス・シティというのは、経験をしたかどうかということですので、どこでもしようと思えばできることなんです。やりたいかどうかというのは確かにあると思うんですけども。そういった意味では、私は自分の住んでいるエリアというのは、大田区の浅草線のほうなんです。あの辺の近くの、例えば戸越だとか、武蔵小山とか……。

響庭 戸越、武蔵小山ね。島原 とか、目黒区と品川区の境目ぐらいに結構いいまちが多いかなと、僕は思っているんですが。響庭 なるほど、あのあたりですね。あと、なぜケンスプールとパークインの写真をレポートの表紙に使ったんですか。島原 この写真は、1970年代に2人が来日したときの写真なんです。2人がいる場所は正確には特定できていないんですけども、おそらく銀座か有楽町あたりの路地裏だと思んですが、官能性のアイコンのようなカッパルが日本の路地裏を歩いている光景が、非常に官能都市に、うタイトルにぴったりだなと思います。この写真のパークインのおなかにはシャルロットがいるわけで、幸福感も伝わります。実はパークイン事務所に使わせてほしいとメールでお願いして許可をいただいたんです。響庭 なるほど、そういう見立てだったんですね。ありがとうございます。では、鈴木美央さんに自己紹介をお願いします。どうぞ。よろしくお願いします。

マーケットでまちを変える

鈴木 皆さん、こんにちは。鈴木美央です。私は、もとと大学の建築学科を卒業しまして、イギリスの設計事務所で5年間、大規模建築の設計にかかわっていました。その後、帰国して、大学で公共空間の研究をするようになり、そこでマーケットを研究し、博士論文として書くことになりました。マーケットとか、市とか、マルシェと言われているやつです。

今は、O+Architectureという自分の事務所を主催して、建築の意匠設計や、公共空間の活用を行政や企業のアドバイザーとしてやっていたり、マーケットのコンサルティングに入ったたり、親子の居場所ということなどを専門にして活動しています。空間が使われ、愛されるプロセスというのはあると思うんですけども、その全体に関わっていくというのが私の1つの職能かなと思っっています。

まず、空間をつくるときに、場所のあり方、目指すべき姿、コンセプトを考えます。その次に、実際にどうやって空間をつくっていくかということ、設計をしていきます。今まで、私も含めてなんですけれども、大規模建築をつくってきた人間というのは、いいものをつくれば使われるだろうと、いいものを提供するというのが最善だと思っていたんですけども、実際にそういった場所をつくっても、使ってくれるのは、使いこなさうまい人間に限られてしまっていて、多くの人に使いこなしてもらうためには、活用、使われ方のデザインというのが必要だと感じています。

今回は、この活用の中の1つの手法であるマーケットについてお話しさせていただきます。まず、なぜマーケットなのかというところを、少し話させていただきます。建築家としてまちをつくることを2006年から2011年までしていました。私が世界で一番好きな建物は横浜の大きな橋です。なぜここが好きかというと、ここにいる人はみんなすごく幸せそうなんです。一人で散歩をしたり、デートをしたり、グループで休憩をとったり、すごく自由な空間、そして横浜らしい空間をつくって、この建築を見ながら、構築って空を幸せにすることができるといったことを大学時代に、考えていました。

この大きな橋を手がけた設計事務所が London Office Architects というイギリスの設計事務所なんですけれども、ここで働き始めました。そこでは、すごく挑戦的なプロジェクトばかりやってきました。しかも、ボスの方針で、わりと若いころからプロジェクトリーダーをさせていた。3年間かけて育ててきたプロジェクトもあつたり止まりました。ひどいところでは、建設中のプロジェクトも放棄されました。そういうことを経験してきました。

もう一つは、建設技術が伴っていないような途上国で高層ビル設計のプロジェクトをやっていたんです。そういうときに、お金持ちが住む高層ビルを建て

るために「高層ビルの工事なので、たかさんの人の命を危険にさらすことが必要なか」というような自問をするようになりまし。そこで、アカデミックな環境に戻る決意をしました。

大きな建築をつくり出すことで生まれる可能性は確かにあります。でも、それはどの都市にでも、どの時代にでも当てはまるわけがありません。全ての人が幸せな日常を送るために、建築が社会に対してできることは何なんだろうかと考えるようになりまし。そして、見つけた1つの答えがマーケットでした。ロンドンの一般的な道路も週に1度マーケットが開かれる日になると、景色や機能が大きく変わります。

私は大規模建築を設計していたんですけど、この変化にすごいショックを受けました。しかも、その大きな変化というのが小さな要素の集合体でできているということに、とても可能性を感じ、魅了されてきました。

そして、博士論文としてマーケットの研究をするのになりました。ロンドンと東京のマーケットの100事例を現地調査して、400名へのインタビュー調査を行いました。その中で、マーケットの効果として、例えばコミュニティの形成、場所の魅力の向上、不動産価値の向上といった結果が出ました。さらに、地域経済の活性化、観光資源というような効果もありました。

日本だと、マーケットというのはどうしてもおしゃれなものと想像しがちなんですけれども、もともと日常の営みで、そこに必要だからあるものなんです。まだまだイベントと捉えられがちなんですけれども、都市の起源として交換を行う場所であり、都市の始まりだとも言われています。

また、都市のインフラストラクチャーだとも思っています。ロンドンでは、マーケットは行政により直接運営されています。それについて、行政職員の方にインタビューしたんです。何でわざわざ行政が直接運営する必要があるんだと。そうすると、行政の人は、マーケットはインフラストラクチャーだから、自分たちがやる必要があるんだということを言っていました。私はこの考え方にすごく納得しています。

個の集合体がまちを動かす

2016年からは自分が住んでいる埼玉の郊外の団地でマーケットを開催しています。今は仕事としてもマーケットの開催を受けていて、複数の場所でマーケットを開催してきました。

マーケットの開催と研究を受けて、一体マーケットは何をしているのかということの説明します。まず、出店者を見つけることというのは、地域の魅力を発見

していくことなんです。何もないと思っていた郊外の団地にも実はすごく魅力がたくさんあって、お店は持っていないけれども、すごく素敵な作品をつくる作家さんであったり、店舗は普通の酒屋さんなんですけれども、中に入るとこだわりの店主がいり、そういう地域の魅力を発掘していくという作業を、まず行います。

その後、地域の魅力がマーケットとしてその場にあらわれると、魅力がビジュアル化してあらわれます。これというのは、皆さんが多分旅行に行ったときとか、マーケットに行きたい、フランスに行ったらパリのマーケットに行こう、パリに行ったら水上マーケットに行きたいと思うのは、こうした理由からだと思われ。地域の魅力がビジュアルとしてあらわれると、人が集う場が生まれると思います。人が集う場が生まれると、初めて交流や体験が生まれます。交流や体験を通じて、人はまち、マーケット、その場所を「自分ごと化」します。

もう一つ、人が集う場が生まれると、魅力を認知し始めます。ああ、何もない郊外の団地だと思っていた場所に、何だか生きてきると、イメージの認知が始まります。そのイメージ、ポジティブなイメージを持って、さらに「自分ごと化」がされるということ、まちを好きになって、まちの担い手になる。シビックプライドが育まれていくと言っていることなのではないかと思っています。

つまり、私はマーケットでまちを変えることができる、と本気で思っています。隈さんのお話でも、シドニー市が戦略的にマーケットをクラウドレベルに持ってきているというお話もありました。マーケットというのは効果的なツールとしても注目されています。

そして、マーケットに限らず、個の集合体がまちを動かしていくということに対して期待値が高まっているのではないかと、それが都市の中に求められ始めているのではないかと、このことを考えています。

隈 ありがとうございます。このマーケットがお勧めというのはいくつか聞かれることではないかと思っておりますけれども、いかがでしょうか。

鈴木 マーケットというのは、そもそもすごく遠くというのがあります。比較しづらいですが、やはり日本だったら高知の街路市はすごいと思います。

隈 高知、四国の？

鈴木 そうです、四国の高知市の街路市です。高知市が直接運営しています。江戸時代からずっとやっているんで、雨にも負けずに、雨が降れば、横をビニールで開ってやっていたりして、そういうたくましさを感じます。みんな外を使うと雨だからできない、お天気

が、台風と言っんですけども、高知に行ってもらうとわかるんですが、やはり継続しているだけあって、あの人たちは、うちは台風だっってやっていると聞いているんです。

そういうときは、常連さんがたくさん買ってくれる、お店の人もサービスマンと、そういう人間らしい関係性の中で成り立っているというのが見えてくるというのがありますね。

隈 なるほど、ちなみにそれは何を売るマーケットなんですか。

鈴木 何でも売っていますね。野菜とかもいろいろ売っているんですけど、日常に必要なもの、食品とかが多くて。おもしろいところと言うと、市場に流通しないような、芋の葉、そういうのが。

隈 何ですか。

鈴木 芋の葉、そういう部分、普通は食べられないと思うような部分があるじゃないですか。農家の人は食べ方を知っているんで、対面販売で売ることによって、普通は流通しないような珍しいものを売っていたりもします。

隈 どのマーケットでも楽しい、何を売っていてもいい、という大きく捉えておけばよろいですか。鈴木 いえ、違います。それはすごく重要で、今マーケットとか、マルシェ、すごくブームになっていますが、それが全て魅力的なものかという、そうではない。ちゃんと目的を持って、それに向かって行動しているマーケットが魅力的だと思います。

例えばその目的が農業支援であったり、地域経済活性化であったり、です。一方で、マーケットの開催自体を目的として、人を集めることが目的化されているようなマーケットというのは、ただ混んでいるだけだったりとか、それこそほんとうに人が集まらなかつたりというようなものがあるかと思っています。

鳥原さんの目から見て、マーケットの可能性、センシユアス・シテイの目から見ると、マーケットの可能性というのを一言いただきたいんですけども。

鳥原 「マーケットでまちを変える」を読んで、僕が好きな事例なんかも結構載っていたんですけども、ああ、そうだよなと思ったんです。センシユアス・シテイの項目で、共同体に帰属しているという大きな軸の中で、それをどういうアクティビティーではかるかという個別指標の中に、お店の人やほかのお客さんとおしゃべりしながら買い物を楽しんだという項目を入れています。別にマーケットということ想定していたのではないんですけども。

数年もすれば無でレジを通していけるようなスパーやコンビニが実現しそうなわけですけども、それよりも何だかんだおしゃべりしながら買い物をしていくという日常が、地元感をすごく生むのではないかと

なと僕は思っ、その項目を入れたんです。ですから、マーケットは非常に僕の話と親和性が高い内容だなと思っっているんです。

鈴木 私もそれは強く思っ、面白いこと都市にもたすものというの、関係性と匿名性の両方だと思っ。お話をするんだけれども、名前は言わなくてかまわないというよ。鳥原さんの本にも書かれています、飲み屋での関係性というのには名前刺さなく、名前も知らないけれども、仲良しみたいな。匿名性がありつつ、コミュニティに帰属している。匿名性もありながら、自分で選択して自由にコミュニティに入ることもできれば、出ていくこともできるみたいな可能性というのは、面白い理由があるからじゃないかなと思っっています。

隈 ありがとうございます。いい話になってきたんですけれども、ちょっと後半の課題も説明したいと思っ、います。

今日、何でこの3人なんだろうかと、見ていて思われたかと思っ。私は司会なので、何でこの2人なんだろうなというところなんですけれども、明らかに立ち位置が違うお二人をお迎えしています。評価する人とかつくる人ですね。すごく簡単に言うと、鳥原さんはこれから都市を評価するすべは何かということ、突き詰めて考えたいことなんです。鈴木さんは逆に、最初にはパイが何かの物すごい建物をつくっていたところから始めて、都市をつくらうという立場の人たちというんです。

そして、その2つの立ち位置を際立たせるような2つのテーマを出してみました。

1つ目は、どちらかというと、鳥原さん寄りかもしれませんが、今日のシンポジウムの大きい主題、先ほどの隈さんとのお話とちよつとつながることかと思っ、だけれども、「都市が都市であり続けるにはどうあり続けるか」ということ、ちよつと謎々みたいな質問なんでもすけれども、もつと簡単に言えば、都市とは何か、それをどう続けていけばいいのだろうか、そのようなことを最初に話したいなと思っ。

2番目は、それは果たしてつくることができるのかというんです。こういうのが都市なんだけれども、じゃ、それをつくれるのか。鈴木さんはマーケットを通じてつくれると力強く言い切っておられますけれども、ほんとうかなという気もちよつとしますので、ほんとうにどうやったらできるんだらうということなんです。

エリアマネジメントとか、いろいろな言葉が漂っていると思っけれども、果たしてそうなのかというのを、やや批判的なことになってしまっかもしれないけれども、ほんとうにつくれることができるのか、それにはどうしたらいいんだらうかということなんです。

都市とはあなたと私の関係性の連続

鈴木美央

建築家、マーケット専門家。O+Architecture主宰、博士(工学)、早稲田大学理工学部建築学科卒業後、英国を拠点とする設計事務所Foreign Office Architects Ltd.にて勤務。帰国後、建築意匠設計、マーケットの企画・運営、公共空間の利活用、行政アドバイザーなど、多岐に渡り活動。著書に「マーケットでまちを変える人が集まる公共空間のつくり方」。マーケット研究を通じて「都市とは「あなた」と「わたし」の関係性の連続」と語る。



島原 そうですね(笑)。

櫻庭 行って、それで意気投合して盛り上がりつつ、でも、お酒の場での話。1週間後に行ったら、またいるかもしれないみたいな、それがすごくいいところだという、そんなことが匿名性だったかなと思うんですけども、それが減っていますか、吉祥寺というのは島原 どうなんですか、そこは、僕は、ここに住んでいるわけではないので、ちょっとわからないんですけども、チェーン店のなものというのは、比較的匿名性が高いんじゃないですかね。でもチェーン店で他の客と仲良くなることも思えない。

櫻庭 匿名性が高くて、かつ、隣の客ともあまりしゃべらないですね。
鈴木 関係性がないタイプの匿名性。匿名性も多分2つあるんです。

櫻庭 匿名性と関係性の2つの言葉で考えればいいかな。
鈴木 匿名性がありつつ、関係性があるという状況がわりと理想的かな。もちろん、もっと関係性の深いパーションもありだとは思っていますけれども、匿名性がありながら、関係性があるというのは都市の魅力だと思えますね。

仕事で地方に行くことが多いですけども、地方に行って、行政の人の車に私が隣に乗っていると、車ですれ違っただけで誰が乗っていたんだと、すぐ電話がかかってくるらしくて(笑)。それって、やっぱりちょっと苦しいと思うんですね。

櫻庭 匿名性がない状態？
鈴木 匿名性が全くない。だからといって、全く匿名性だけでも豊かではない。匿名性が明らかな匿名性があるということが積み重なっていくことが健全なのではないかなと思っています。

東京に出てきて、新宿駅で人とぶつかって、すみませんと謝ったり、向こうはすみませんと言っていない。都市の匿名性というか、匿名性のある関係性を持つて、ちゃんと普段から生きていけば、そういうものももう少しやわらかくなって、全体的に生きやすい社会ではないかなという興味も少しあります。

櫻庭 吉祥寺とか、郊外の都市を歩いているのは、住宅地が後ろに控えていて、住宅地に入った瞬間にものすく匿名性が上がるというか、知り合いにしか挨拶をしなくなる。知っている人には挨拶するけれども、知らない人には挨拶しない。飲み屋さんで少しお酒を飲んでハイな状態で、匿名性の中でおねえさんとお友達になることは、僕も上手じゃないですけど、頑張ればできそうな感じがするんですけども(笑)。

じゃ、暮しの中でそういう関係というのはどれくらいできるんだろうとか、もしかしたら東京のこのあたりの都市の豊かさを解く鍵なのかもしれないなとちょっと思ったんですけども。

個のやる気と場のデザイン

2つ目の話題のほうに行きたいと思います。じゃ、今のようなかを積極的に仕掛けていくことはできるんだろうか、あるいはどう仕掛けていくならいいんだろうかという、そういう話に行きたいなと思います。

鈴木さんは、とにかくマーケットが全てを救うと言いつつ、おられるんですけども、できますか。
鈴木 できると思います。個の集合体であるということがやっぱり大事で、それぞれの個が力を持っているものを束ねていく。それが必要であれば巨大化する。個が増えればいいだけなので、必要であれば増えていく。ニーズがあつて100軒だと。逆に、都市が縮小して、そんなにニーズがなくなつて5軒しか要らなくなれば、どんどん減つていくマーケットが小さくなっていくという感じで、個の力をかりて大きく変えていくことはできると思うんですけども。

ただ、個をどうやって束ねるかというデザインみたいなことがすごく重要で、それが結構難しいことだと思っています。櫻庭さんの本の中でも、「弱いモチベーションを合成する」という言葉が出てきたと思うんですけども、それをどうやって合成するかとか、個を束ねていく手法が、マーケットで言うと、どうやって運営するかということが重要になってくる。そこはまだ模索段階だと思っています。

櫻庭 今の話をよく街場のまちづくりのやっている議論に戻すと、要するにキーパーソンがいなくてという話になりますね。企画は良いし、マーケットをやるうと言っているんだけど、本気でやる人が地域から出てこないから、全然動かないみたいな話になって、その個をどうやって見つけて、力をつけていくか。やはり、それが大きな問題だということです。

私がそういう話を書いたときに、昔の人みたいに全身全霊で商業をやろうと思っている人が多分いなさそう。一生ラーメン屋で勝負するとかいう人はあまりいなさそうで、むしろ1日3時間ぐらいからカフェをやつてみたいとか、1日2時間だけだったらパーのカウンターに立ってみたいとか、弱いモチベーションという言い方をしたんですけども、それくらいだったらやつてみたいような人たちは、まだいそうだと。

それをかき集めるしかないだろうなということをも

鈴木 まさにそうで、それがお店の可能性だと思っています。商店街なのか、マーケットなのかわからないですけども、その場に愛を持ってお店の人がやっている場所ですね。コンビニだっていいです、その店員さんがそこに愛を持っているれば。

子供を商店街に連れて行って、大きくったねとかいって言われます。そういうくちの子の名前もわからないでも、ずっとおもしろい関係をつくっていれば、小学生くらいになって一人で動くようになって、そこで何かあつたら助けてくれると思うんですよ。

そういう都市というのは、私の場合、郊外のニュータウンなので、都市とはまた少し性格が違うかもしれないんですけども、そういう緩い関係性があつて、いろいろなところにセーフティネットが埋め込まれているのではないかなと思っています。

島原 そうですね。吉祥寺のような街は住宅地と商業地がすごく隣接している。ここからここは住宅地、ここからここは商業地とはっきりしているわけではない。徐々にグラデーションになっていますよね。だんだんと密度が下がっていて、住宅だけのエリアに広がっていく。こういうところというのは、関係性と匿名性のバランスがよくて、実は匿名性が一人で暮らしているでもすごく安全だろうと思つています。

おそろく、櫻庭さんの学校がある南大沢あたりに夜10時くらいに帰って来て、駅から15分歩くと悪いと思うんですよ。そうでもないですか。

櫻庭 いや、安全で、大丈夫ですよ(笑)。

島原 安全ですよ(笑)。

鈴木 ニュータウンも20年たつと、結構。

島原 ということですかね。販売人はそのストロートの安全を見守っているというようなことをジェイ・ジェイ・コブズ(※3)も言っているように、結局、その場所に愛着をもつて、セキユリティ・カメラがある安心感よりはるかに高いような気がしています。それは、関係性でも、匿名性でも、どっちかわからないですけども、やっぱりすごく商業の必要な部分というか、すごくいいところかなと僕は思っているんです、この吉祥寺のまちともそうですし。

例えば東横線というところ、学芸大学とか、ああいうふうに商店街と住宅地がわりと溶け合っているところというのは、僕はすごくいいなと思つています。
櫻庭 私が最近やつたり、やろうとしたらしていることは、その辺の子供に物をあげようとか。小さい子ですが、大阪のおばちゃんのアメを持っていて、知らない子にあげる場面を見かけることがあります。あれはすごくいいなと思つています。

それは、ただの習慣としてやることなのかもしれないけれども、そういうふうにして知らない人と匿名性、関係性をうまく操作する。もちろん、全然知らない子

に書いたことがあつて、それを鈴木さんが憶えていてくださったんですけども。何にせよ、キーパーソンをどうやって見つけるかとか、いかに束ねるかとか、その辺が大きな問題ということなんですよね。
鈴木 そうですね。そこで1つ、マーケットが可能性としてあるのは、マーケットというのは来場者として来ることはものすごくハードルが低くて誰でもすぐ行けるじゃないですか。そうすると、そういうふうに来ていた人が次第に出演者側になるということがあるんです。さらに、出店していたら、運営者が突然やめることや、あるいは別の場所が運営者側になったりすることや、あるいは別の場所が運営者側になったりすることもあるんです。

家を買う人が家を建てるようになるかというところではないじゃないですか。マーケットの場合は、特に何か大きな力さえあがるわけではないで、個を束ねるという能力さえできてくれれば可能なことなので、そのレベルアップ、寛容度が高まるというのは、キーパーソンをつくっていく可能性の一つなのではないかなと思つています。

櫻庭 ありがと(ござ)います。島原さんは、いかがですか、やっぱり小さな多様な主体がチャレンジできるような状況をつくるのがいいのかなと思つています。ハードとしての空間的にもソフトとしての運営面でも、そういう余力が必要かなと思います。
鈴木さんが紹介された多摩ニュータウンの写真があるじゃないですか。何かやろうとしたときに、あの状況じゃ、どうにもならないような気がして。ハードとしては計画画された空間で、逸脱を許さないような整然とした画一性を感じます。つまり、最初にお二人が話していた余白というのが、何かここにあるのだからという感じがして。じゃ、これをどうやって都市にしていこうという話で、櫻庭さんは、逆にどういう感じでお考えなのかなと思つています。

櫻庭 多摩ニュータウンは大学のそばなので、いろいろとまどつたりやつてくださったとか、学生と一緒にいろいろつたりやつていただくと、ほんとうに難しくないです。こういうところにベンチを置いたりとか、屋台を置いたりということをよくやるんですが、そもそも歩いている人が少ないので人が来ないですね。やっぱり都市の中でもっとポピュラーなところって絶対にあるはずなんです。うまっ人が流れている、そこで何かやるとすごくおもしろくなるような場所があるのは間違いない。あの写真は特にこうしたことを意識せずに多摩ニュータウンらしい住宅街を撮ってきたので、そういう場所ではないんですけども。

島原 なるほど。

鈴木 これはマーケットでも同じだと思うんですけど、

ですから、親におやつをあげていいですかと確認してからあげなければだめなんですけれども。

そういうことを何回かやっていると、すごく楽しかったんですけど。そういう積み重ねはもしかしたらおもしろいかもと、今お話を聞きながら思いました。

島原 そういうことができる場所というのには、基本的に皆が場に対して信頼をおいているわけですね、そこにいる人に。つまり、基本的に人は善良であるという前提に立つた上で成り立つ行為ですね。

櫻庭 はい。

島原 これって、やっぱりすごくマーケットのいうか。アジアのマーケットに行くとか、ちょっとほられるかもしれないけれども、そもそもマーケットというのはよくわからない人と取引する場所ですから。基本的にはこういった信頼できるだろうという前提の中で買物をしているわけですね。都市の信頼度みたいなものはものすごく重要で、櫻庭さんのお菓子をあげるとか、大阪のおばちゃんのアメちゃんとか、毒が入っていたらどうしようなんて、思わないわけですね(笑)。

櫻庭 言われそうなので、そこは気をつけてあげていませう(笑)。
島原 それが成り立っているというのは、すごくいい状態なのではないかなと思います。

鈴木 実はそのつと、習慣とかいう話になったことでもありますけれども、ほんとうは都市においてかなり大事なことじゃないかなと思つています。私、この間、家族で台湾に旅行に行つたんですけど、皆さん、子供に対してめちゃくちゃ親切なんです。それこそアメとか、お菓子を、すごくたくさんくれるんです。私、子供2人いるんですけども、台湾だったら3人産んでもよかったかなと思うくらい、みんな親切だったんです。結構、こういう、人が子供を産むか、産まないかとか、都市の生きやすさ、生きづらさということが実はすごく大きく影響しているんじゃないかなとも思つています。人口をどうやって支えていくか、プラスしていくかみたいな話でも実はつながる。アメをあげれば、人口が増えるという問題ではもちろんないですけども、匿名性をつくっていくって、住みやすい、生きやすい、たぐさんの関係性の中にさらされたときに、その関係性が心地よいと思える関係性である、特に弱者になったときに必要だなと思います。

島原 ニューズで流れて、気になった方も多いかもしれないけれども、ある分譲マンションで挨拶禁止にしようというルールで、皆さんで。管理組合の住民同士の話し合いの中で、小さいお子さんがいるお母さんが、うちの子に挨拶しないでください。知らない人に声をかけられたら逃げなさいと教えているから、うちの子には声をかけないでくれと言ったんです。それを言われたら、ほかの人だって気分が悪いから、じゃ、やめたと言つてこのマンションでは挨拶禁止と

話をしています。あるいは、例えば公共空間をつくるんだつたら、後でキッチンカーとか、屋台が入れるぐらいのスペースはとつておいてほしいとか、僕が思っているのって、せいぜいそのぐらいなんです。つまり、誰かが挑戦したいときに挑戦できる、大きくはソフトの話もあると思うんですけども、多少はインフラやハード面での手当も必要かなと思つています。そういうのが都市をつくるというとなれなんですけれども、必要かなと僕は思つています。

鈴木 こういう一見してどうしようもなさそうな感じの場所を生かすときって、やっぱり私は設計者が入るべきだとすごく思います。
櫻庭 設計者？

鈴木 はい。公共空間の活用をするときって、マーケットでもそうです。何か椅子を置くとか、結構ほんぼんと置いてしまえばいいんですか。別に建築家に頼まないといいじゃないですか。そういうときに、建築家がこの場所をどうやって生かすかみたいなこと、どうやってよく見せるかということを考えていて、そこってすごく重要なのではないかなと思つています。
鈴木 マーケットをつくる場合でも、どこに設置するかがすごく大事で、例えば、先ほどの多摩ニュータウンの住宅街の写真にあったような並木道だつて、そういう意味では景色としてすごく生きると思っています。設計する視点というのが、まだ抜けているのかなと。世の中では公共空間の活用点もあると、最近考えていたりもします。

櫻庭 なるほど、デザインの力が大事だというのは、私も全く同意します。けれども、先ほどのような場所にデザインをするとき、デザインの中のデザインになってしまつて、よほどつぼにはまるんです。すごくちやちやしたまの中に、すごくいいデザインがあるものすごくデザインが引き立つんです。背景がめちゃくちゃしているから、いい場所ができた、買い物をしたくなるという感じになるんですけども。

これは難問ですね。こういう場所に物をデザインしてつくっていくというのは、かなりの難問だなと思つています。
成熟化社会の再開発

島原 私は今、日本の設計という仕事にあまり期待が持てなくなつてきているんです。ある時、大プロジェクト

なった。非常におかしな話、話の短絡がすごいんですけども。都市全体がそういうふうになっていくと、めちゃくちゃ気持ち悪いですね。

櫻庭 確かにそうですね。それで、子供とマーケットの話に戻すと、知らない人に挨拶するのは勇気が要るみたいなのもある。マーケットと同じで、間に物があつて値札が書いてないものがあったとして、例えばこのイチゴはいくらみたいな話をすると。こちらに理由があるから会話を、向こうも理由があるから会話をすると。やっぱり人と人との間に、子供にせよ、イチゴの値段にせよ、何らかの理由みたいなものがあるというのが、都市の関係性をつくるのに役立つことなのかもしれないなと思つました。

鈴木 例えばタイアアした後の男性が、コミュニティのために町内会活動に出てきてほしいと言つても、なかなか出てこない。出てきたとしても、関係性がつくりづらかつたりする。でも、毎週、土曜日の朝、パンを売っているのを、パンを買いに行こうかなと思つたら、買いに行けるんです。そうすると、そこでコミュニティがだんだん生まれてくるんです。

そして、そこがだんだん安否確認の場になったりとか、そういう面白いやつたり、理由づけをして自分の好きなように動けるという1つの媒介の装置になっていると思つています。

櫻庭 そうですね。

鈴木 人間として心地よいみたいな。会話もそもそも喜びだと思つています。

島原 ええ、ただ、今どきの買い物は会話が全くない状態になっている。
鈴木 それって多分両方必要ですよ。無人レジで電子マネーでピピッとやれるのは便利だけれどもつまらないし、キオスクみたいなところでもいいちいおしゃべりしたいと買い物ができるんじゃないか、それもちょっと不便なときもあるし、両方欲しいなと僕は思っています。

鈴木 最近思っているのは、もしかするとあと10年ぐらいついたら、全部ネットで買うか、全部マーケットか、どっちかに分類される可能性があるんじゃないか。

櫻庭 間がない。

鈴木 間がなくなる。中間が一番準備されなくなつて、どっちかにみんな好みが振れて、さきほど島原さんがおっしゃったように、そのとんによって利便性のよいほう、自分の心地よいほうを選んでも、何か真ん中のもちゃがつているというのが、大いにあり得るのではないかなと思つています。

櫻庭 最初のセッションのお題は「都市が都市であり続けるにはどうしたらいいか」ということだつたんですけども。一言でまとめると、間に何か値段をつけつていこうとすること、僕はすごく問題意識を持っています。

クトの選手村跡地のマンション開発の絵とかを見せられて、いつの時代の話よかと思つたりしたわけなんです。そう思っていたら、次の大阪万博の絵がまたすごいんです。こんなほんとうにつくるのみたいな。昭和に描いた21世紀みたいな絵がいまだに国家的プロジェクトとして出てくることに、僕はすごく問題意識を持っています。

鈴木 間がない。ああいうびっしとした高層ビルが建ち並んでいくところは、僕はもうすごく飽きていて、違う道を探したいな。アマゾンとかのインターネットか、マーケットじゃないというふうには世界はなつていくのか。私は真ん中辺が欲しいんです。具体的に言つて、多分吉祥寺の将来かもしれない、無理やり持ってきたんですけども。要は、吉祥寺はすごく小さい土地に別れてしまつているので、オリンピックの選手村みたいな、要は再開発みたいなことって、土地の値段も高過ぎると思うので、おそらくもうこれから小さい土地でつくつた状態の未来の都市像みたいなものが必要なのではないかなと思つています。マーケットはどうしても建物がいじらずに、路面をうまく使いたいという話にはなつてしまつていて、建物の部分はあまりさわらないという感じがする。

鈴木 先ほどの対談で話題が出たシドニーのプロジェクトなのかは、再開発の中でマーケットの要素を取り込んで、ハイブリッドにやしてみたいというふうな試みだと思つています。それと第3の道とは違うんではないかなと思つています。
島原 僕はこういう立場でこういう物言いをしているのと、再開発は全部だめと言っているように聞こえるかもしれない。決してそうではなくて。例えばよくありがちなのは、今の予定はないと思つても、ハイモニカ横道を潰して、そこにタワー・マンションを建てて、商業施設をどうしようとか悩んでいるパターンなんです。せつかくいいのがあつたのを潰して、タワー・マンションを建てて、足元の商業で困っている。

だつたら、それを残して違うところに建てればいいじゃないかと思つたりするんです。残し方はいろいろ難しいと思いますけれども、三菱地所あたりがやった手法は、あれはいいなと思つています。そこで空中権で容積を移転していいのかというくらい場所を動かしますけれども、やっぱり結果的にいいまちをつくつたわけですね。

そういうふうなやり方とか、今の法律の中でもやり方はあると思つています。ですから、そういう超高層マ

ンションが建ちつつも、足元の現状のまちを残すというやり方だったら、また手法としては研究の余地があるんじゃないかと、僕は思うんですね。全く建てないというのも現実的ではない気もするので。

饗庭 鈴木さんは何か。

鈴木 あとは、今超高層を建てるいうときに、やはりどうやって床を埋めるかみたいなことが中心になっていると思うんですね。でも、建築の力を私は信じていて、何か大発明というか、答えを誰か見つけ出すと、何が来んじゃないかと少し思っています。横浜の大きな橋は1つ、そういう例だと思うんです。歴史的に見ると、ああいう建築というのは今までなく、今でこそ屋根を開放して屋上を使うというのは当たり前になっていきますけれども。そういう1つの形態からの解答というのもの、もしかすると、いつか誰かが見つけてくれる可能性もあるのではないかと思っています。

饗庭 形から、デザインから何かが生まれるということですね。そうかもしれないですね。

ちょっと難しい話に行きたいんですけども。僕が隈さんにもお話をしたことがありますが、ほとんど土地が割れてきて、おそらく戻らないと思うんです。覆水盆に帰らずではないですけれども、1回土地を割ってしまったら、二度と都市はもとに戻らないのではないかなと思っていて、こういう小さくなくなってしまった状態で次の戦略を考えなければいけないと。

それで、それに対する答えは、小さいところを1つ使って、例えばマーケットをやってみようという鈴木戦略と、あるいは小さいところを10個ぐらい集めて再開発しようという再開発戦略というのと、その2つぐらいがあると。中間が欲しいなとかどうやってら違う道があるんだろうかということを考えたいなと思っているんですね。

今、土地を交換したり、分配したりして、新しい都市をつくるということを考えるとき、私たちの選択はだいぶ限られてくると思うんです。デベロッパが外から札束を積んだ車でやってきて、まち中の土地を買い上げてくれるのをみんな待つか、一方で、政府にも妙に期待しているところがあって、行政が税金をたくさん積んだ車でやって来て、まちを買い上げて公園をつくってくれないかなとか、道路を通してくれるかなということを考えている。その2つぐらいしか

今の選択肢にないんじゃないかと思うんです。

しかし、その2つはどうやってもうつらないものしかつけないよぞとなっていてということなんです。だったら、ほかのやり方も鍛えなきゃだめだなと。1つは、地域ということはまだ僕は信じたいと思うので、まちのつながりの中で、誰々さんの空き家と誰々さんの空き家とで交換してパブリックスペースなんかをつつてみるとか、触れ合いの場所をつくってみるとか、恒常的なマーケットをつくってみるとか、その地域の中で交換とか分配をするという仕組みができると、とてもおもしろいと思います。ただ、じゃ、地元自治会が不動産業をやれるかというのと、全くやれないわけなので、できないところのほうが多いですねけれども、地域の可能性は考えたいということです。

あとは、家族の可能性も考えたいと思っていて、日本というは自分が持っている建物を最後は相続で分配していくという仕組みになっていきます。自分の子供が3人いたら、3分配することになります。自分が、仲がよかったら土地はそのまま、仲が悪かったら土地が3つに分かれちゃって、それぞれ小さいマンションが建ちますみたいなことが起きてきたわけです。その家族というのをもう少し広く捉えてみる。

例えば、島原さんの出身はどこですか。

島原 四国の愛媛県です。

饗庭 愛媛ですか。愛媛に行ったら、島原本家みたいな存在が。

島原 ああ、あります。

饗庭 空き家になっていませんか、大丈夫ですか。

島原 今のところは大丈夫です、弟が継いだんで。

饗庭 例えば、島原家の土地は島原家直系の島原なにかしさんが持っていて、その人は60歳ぐらいでアイデアがないから困っていて、自分が亡くなったら売れないかと思ってるかもしれない。そこで、島原一族が集結して考えられることによつて、もしかしたらその土地の有効活用の可能性が広がるかもしれない。

こうした家族の関係みたいなものを、もう一回顕在化させる、見える化してきたところで、もしかしたら別の開発の可能性があるかもしれないと考えていることがあります。次の仕組みとは何かというのは、と

島原 やつぱり土地をいくらかでも持っている、そ

れが資産になるという前提があったので、みんな欲しかったわけですね。ところが、先ほどの例え話にあったように、地方の実家が空き家なんていう事例はほんとうに多くなりつつありますし、逆に言うと、自分の持っているものに全く価値がないというか、持っているだけで逆にコストがかかる、マイナスの不動産だと言っている方もいらっしゃいますから。

そうすると、所有していることに対して価値がなくなるものを、どうやって使うかという話になっていくので、ベース、モードが変わってきちゃっているのかな。そういう中で、島原一族だけでこの土地を活用する。っていうのも、うちの兄弟なんてか3人しかいないくばらばらになっていいますから、なかなか難しいんですけども、そここのやり方というか、何か考えなければいけない土音が複雑になってきているという気がしています。

饗庭 さて、質疑応答の時間は第3部に持つていくという話にしておりますので、最後、少し言い足りないこととかがあれは言っていたいて、終わりたいなと思っ

鈴木 じゃ、ちょっといつか私は子育て視点みたいな話をしたので、そのことで言い足りないことを、やつぱり今までって、親子の居場所を考える、子育て支援というと、公園をつくれればいいみたいな話だったと思っ

たので、そこに利用者の目線みたいなものがほんとうに欠如していると思っ

たので、そこに利用者の目線みたいなものがほんとうに欠如していると思っ

たので、そこに利用者の目線みたいなものがほんとうに欠如していると思っ

だつてあるのではないかと、これは考えています。

島原 ここは吉祥寺なのであれなんですけれども、吉祥寺は人気を保ち続けていて、人口も増えていてほんとうにうらやましがられる街だと思うんです。

例えば地価が高いということは、1つ、すごく価値があるというふうにみんなが認めているからだと思います。それは欧米だとすごいスピードで急速にジェントリフィケーションがやってくるという状況おもしろい人たちが逃げている。吉祥寺にも同じことが言えて、おもしろい人たちが逃げていくと、他所のおもしろい人たちも入ってこないというような状況にもなりかねない。

吉祥寺といえども、そんなに盤石というわけでもないんじゃないかなということも思っています。新しい人たちが入ってくるかどうかというのはすごく大事で、そういう人に、新しい人が入ってきやすい余白が残っていることが、吉祥寺だけの話ではないんですけども、都市にはすごく大事だと思っ

ています。それは安い家賃のところが必要だとか、女性も含めて弱者がいられる場所も必要だったり、あるいはこれから外国人が増えいくと、外国人に対して心地向けている状態がすごく都市に望まれていることではないかと思っ

ています。吉祥寺が都市であり続けているというのは、うまく行っているんだと思いますが、いろいろお話した中で、少し横からみると、弱いところを見えざるかもしれません。

吉祥寺であれば、とても難しいところを狙うという話になってしまいかもしれませんが、弱いところを認識して、それをどう強みに変えるのかといった地元の方々の議論に、本日の私たちの話を役立てていただければと思っ

ています。では、これで第2部のパネルディスカッションを終了させていただきます。拙い司会におつき合いました。きまして、ありがとうございました。(拍手)

第3部

トークセッション

饗庭伸×島原万丈×鈴木美央

司会 こちら第3部の会場では、フィンガーフード、気軽に食べられるものを用意しておりますので、お飲み物を片手に質疑応答にご参加いただいたり、またご来場いただいた方同士でも、これまでの対談やパネルディスカッションでの話題を気兼ねなく語り合っていただける楽しい時間にしたと思っておりますので、よろしくお願

います。最初にこのフォーラムにお申し込みいただいた際に質問を幾つかいただいておりますので、その中から1つずつ質問をさせていただきます。

都市計画と自動車と住まいの選択

では、まずは島原さんに。

質問です。「以前は、つくば市のように広幅員な道路や歩車が分離されている整然としたまちが理想とされていて、昨今はにぎわいが創出されるようなヒューマンスケールのまちが理想とされているように思います。人々が都市に求めるものは時代とともに移り変わるのでしょうか、または、都市に求めるものは普遍的で、国が進める政策が移り変わっているだけなのでしょうか」という内容のものをいただいております。よろしくお願

います。移

り変わる部分もあるだろうというのが私の答えです。ずるいように恐縮なんですけれども、多分そういうことだと思っ

たと思っ

たと思っ

たと思っ

たと思っ

たと思っ

たと思っ

たと思っ

たと思っ

たと思っ

れが今弱まっていることは、日本の現代版マーケットを考える上でも重要だと思っています。

日常使いのマーケットへ

司会 続いて、鈴木さんへの質問です。「東京の都市型マーケットがロンドンのように生活の一部として溶け込むようになるには、何が必要でしょうか」という質問で。

鈴木 一つは継続開催することだと思います。継続開催することで、出店者さんと地域の人が顔なじみになって、それこそ週に1回でも開催できれば、その場所はコミュニティの場となって、地域の人が毎週集まる場になってくる。日本全体にマーケットが増えていて、継続開催されてくると、マーケットで買い物をするということに人の抵抗がなくなってくると思うんです。そうすると、個々の出店者の売り上げも上がるので、どんな文化として成熟していくのではないかなと思っています。

逆に、良くないマーケットと言うと、ちょっとおかしいんですけども、例えば補助金を受けた商店街がとりあえずやるか、みたいな感じでやって、商店街の組合員を動員して、その人たちはほんとうは出たくもないのに、関係性で出ないといけないくて、人が集まらなくて疲弊しちゃうみたいなの、あまりちゃんと設計されていないマーケットがある。文化が育つていくときに、その違いをよく理解し、切り離して考えていかなければいけないと思います。

街にマネジメントは必要か？

司会 では、3つ目、響庭さん、お願いいたします。「雑然性、そしてちまちま感、こちゃこちゃ感、こういう統一のとれていないことの統一性が吉祥寺の魅力の1つとしてあるように思いますが、そこを生かした再生、手法、維持、継続、そして稼ごうとしてみよう」という質問ですが、いかがでしょうか。

響庭 なるほど、質問が途中でトーンが変わるんですけども、前半の響庭さんとの話の中で大分私のスタンスはお話したかと思うんですけども、放っておくのが一番いいとまであるんですね。都市計画にせよ、まちづくりにせよ、特に何も頑張らない、変に計画をつくらないみたいなほうがいいことというのがあつて。

歴史的に言うと、吉祥寺は昔、すごい都市計画をやるうとして、地元で反対で頓挫してしまつたという歴史があつて、もしかしたら悔しがっている人も除いているかもしれないですけども、雑然さに対してあまりメントをお願いします。司会 では、個人商店、広場についてということ、鈴木さんからお願いいたします。鈴木 個人商店については、実際に自分でマーケットをやり出してすこびつくりしたのは、ほんとうに魅力的な商店が多いことです。自分の住んでるまちでも意外と知らない。そういう商店を知ってもらうツールとしても、マーケットは優秀かなと思っています。一度、駅前の老舗の和菓子屋さんがマーケットに出てくださったことがあつたんです。そうしたら、その人がマーケットが終わった後に、「うちの店がこんなにみんなに知られていないと思つていなかった」とおっしゃつたんです。老舗で駅前なので、本人はみんな知っていると思つていたんです。意外とみんな知らなかつた。

というのは、小さな和菓子屋さんだと、入ると買わないといけないと思うじゃないですか。そうすると入つて通り過ぎちゃうんです。でも、ひとたび外に出てくれば、実演販売とかもやってくださつたり、格好いい道具を見せてくださったりして、地域の子どもはすこく魅了されて、それからそのお店に行くようになったということがあつて。地域の個人商店も実はまだまだたくさん可能性を秘めている。本人たちも気づいていないような魅力がある。和菓子屋さんの場合も本人たちは、こんな道具古いから嫌だよと言つていたんですけども、見せたらみんなを魅了する。そういう魅力というのが個人商店にはあるんじゃないかなと思つています。広場については、おっしゃるとおり、ほんとうにそれこそスポンジ化ではないですけども、そういうふううに大きな広場をつくる以外の空いてきた場というのを活用していくというのも、1つの方法論だとは思いますが。

島原 個人商店について言えば、僕も個人商店応援派ではあるんですけども、ただ、全ての個人商店が生きて残るのは絶対あり得ないと思います。というのは、個人商店の中にも、先ほどおっしゃつたような製造小売的なお店はある程度利益はあるので、その店でしかつくれない商品を売つて、生き残る余地はあるのかもしれないですけども、いわゆる単なる流通の小売、どこかのメーカーの品を開業から仕入れてきて店頭で売るだけ、こういったような個人商店はまず間違いなくなくなりますよね。そんなに機能として必要ないし、利益としても成立しないはずなので。

だから、そういったお店をどんどん、製造小売的なお店だったり、飲食店だったり、あるいはアトリエ兼ショップだったりというような、その場でしか成立し得ない、かつ粗利益率の高いような商売にどんどん切りかえていかなければ、今ある個人商店を全て守るべきではないと思つていて、そういう

積極的に関与しないという感じで、都市計画、まちづくりが機能できて、今日があるというふうにも思っています。

それに対してマネジメントという言葉が質問にあつたんですけども、マネジメントが、もしかしたら危険思想かもしれないんです。今、エリマネという言葉が流行つていて、全国でマネジメント、マネジメントとか言つたり、あるいは稼がなきゃいけないというふううに何人かの人が強い言葉で言うので、稼がなければだめかなと思う人がいると思つてですけども、稼がなくて、よくわからないおじさんが生きている隊のほうがいいんじゃないんです。

役に立つか、よくわからないおじさんが酔っぱらつて町なかについて、1日300円しか使つていないみたいな人がいられるのはいまちだと思つて、やっぱりその雑然さみたいなところを逆にマネジメントとかをやり始めると、失敗するのかなと思つて、その方がおっしゃる雑然性とか、ちまちま感とか、こちゃこちゃ感とか、そういうものはたくさんあるので、下手に手を出さずに、何となく維持できたら、それがいいのかもしれないです。

だから、いわばまちの様子を見るときに、全体でイメージで語るのももちろん大事なんですけれども、一つ一つの単位に、そこだけ切り取つてみたときに、果たしてそこが将来どうなるのかと。こんな雑然としている人が、もともと雑然とさせるんだろうとか、こんなにピシつとやっている人というのは、いずれすこくつまらないことをやってしまうのではないだろうかとか、まちの状態を、解像度を上げて見ていくというのが将来だめだということはあるかもしれない。

シビックプライドの必要性

司会 ここからは会場からの質疑応答の時間にしていただきたいと思つています。A氏 官能都市の第4位の目黒区のもので、お話を聞いていて、確かに武蔵野市と目黒区、とてもよく似ているというのを改めて感じたところ。質問が二つあります。まず先ほど、鈴木さんがシ

ビックプライドということをおっしゃいました。今こそ中目黒は大変有名なんです、15年くらい前から中目黒というのは全然地味で、誰も知らないまぢだつたんです。今はとても人気あつたのちになつてしまつて、地元の皆さん、いまちをつくりたいということの危機感がある中で、昨年、まさにシビックプライドというところで、中目スタイルというものを決めました。

精神的なものなんです、シビックプライドみたいなものの大切さをどういうふううに鈴木さんはお考えにされるかをお伺いしたい。2点目ですが、自由が丘も、中目黒もそうですけれども、テナントの、一階の店舗づくりがみなさんとてもうまくいっています。役所は、当然何も言うべきではないと思つています。建物をつくる時も、低層部をつくり込み過ぎてはいけないだろうと思つています。

街は後々そこに誰かが手を加えられるような余地を残すみたいなことが必要なのではないかと思つています。この点を島原さんはどのようにお考えなのでしょうか。鈴木 ます、シビックプライドがどう作用していくのかという話でいくと、先ほどから響庭さんのお話にもありましたけれど、結局、個々の所有者さんがどうするかということを考えて決めているんです。例えば1階のテナントがあきました、これをどうしようかと考えたときに、不動産屋さんが一番高い家賃を出してくるんです。そのオーナーは、高い、このまちにはカフェがあつたほうがいいのでいいのではありませんかと思つたら、不動産屋よりちょっと家賃は安くならちゃうかもしれないけれども、カフェが入ることを優先する。こういう一人一人の意思決定にシビックプライドのようなものが影響してくるというのが、1つあると思つています。

もう一つは、単純に幸せだと思います。自分のまちを愛して、そのまちで暮らすというのは、人間としてとても幸せなことだと思つています。島原 ほんとうにそのとおりですね。住んでいるまち、好きじゃないとか、関心がないとかつていうと寂しいですね。別にそれでもそういう人も否定されるべきではないですけども。

鈴木 頑張つて好きなまちを探したほうがいいです。

つくり込み過ぎない価値

島原 1階のお店がいろいろな手を入れやすいような状態になつたほうがいいんじゃないか、余白があつたほうがいいのではないかと、つくり込まないほうがいいのではないかと、つくり込みすぎるとか、品川区か

目黒区の境目がいいよねと、僕はさつき言つたと思つてんですけども、学芸大学もすこくそういう感じがします。

絶対地雷を踏むかもしれないんだけど、飲んでるからいいか。笑。僕は東急電鉄の人に聞かれたことがあるんですけど、東急沿線のどういうところがいいか、どうしたいか、僕は東急沿線でもいいところじゃないか、というのを、東急電鉄が手を入れないところじゃないかと思つますと答ました。学芸大学にしてもそうだし、自由が丘にしてもそうだし、大井町線もそうだし、あまりやり過ぎてはいけないということを言いたかつたのかなと思つています。

つくり込み過ぎないというのは、形態のこと、箱の形のことをおっしゃっているのか、ルール、こういう状態できなきゃいけないというふううにやつてしまつているのか、いろいろあると思つて、大井町線もそうだし、自由が丘にしてもそうだし、大井町線もそうだし、あまりやり過ぎてはいけないということを言いたかつたのかなと思つています。

家賃を安くすれば何とかなるわけで、ただ、路面の店舗で一番家賃が高くなるので、さつきも鈴木さんの話もありましたけれども、オーナーが一番高く稼ごうとするところ、とりあえずドラッグストアと、そういうパターンが、さすが多いと思つています。コンバニエンスストアとか、さすがにやばい店とかは入らな

いと思つても、そんなことでドラッグストアだらけになる商店街もあるわけ。その家賃を安く押さえておくことは無理なんです。そういうのも、その家賃が安いから生まれる余白というものがあつて、そこをドラッグストアだけとか、チェーン店だらけにしないで、街を面白くしてくれるブレイヤーにチャンスを与えるというのは、さつき鈴木さんもおっしゃつていたような、シビックプライドみたいなものがあつて機能する話かなと思つています。

個人商店と広場

B氏 日野市から参りました。元建築家です。77歳になりました。私たちが学生のころは都市に広場をつくるというのが1つの流行りというか、一大ムーブメントでした。そして、今日のお話を聞きまして、必ずしも広場をつくらなくても、いろいろなところに広場に匹敵するような空間というのが散在している。

例えば公園の一角でも、使い方によつては、子供たち、お母さんたちの居場所にもなる。ただ、個人商店店というのは日野市でも衰退しています。個人商店救済策ありますか、その存在価値をこれからどういうふううに認めていくのか。僕は応援団の一人ですけれども、都市における広場というものと、もう一つのテーマ、個人商店、これからのというのと、それについてコ



