
第29回ハイライフセミナー

都市の魅力を 構成する要素とは？

PHASE 2 「東京10km～20km圏、その魅力。

2015年度研究報告

“生き続けられるまち”とは？」

第29回 ハイライフセミナー

都市の魅力を構成する要素とは？

PHASE 2 「東京10km～20km圏、その魅力。

2015年度研究報告

“生き続けられるまち”とは？」

当財団では創設以来、「都市生活者のよりよい生活の実現」を目的に都市生活研究を行っています。都市生活とは、高度に産業化した社会での現代のライフスタイルと定義され、戦後わが国では、経済の発展と産業の高度化により都市機能が整備され、モノの普及も相まって豊かな生活が実現されてきました。しかしながら、生活環境と個人の二つの側面で『都市化』が進行し、めまぐるしく変化する現代の生活環境（経済環境の変化、社会構造の変化、超高齢社会）のなかで、「持続可能な都市居住」を考えるにあたり大きな問題がいくつも浮上してきています。

このような厳しい環境変化の中で、今なお活性化しているまちが、東京10km～20km圏の“準都心エリア”に多数存在していることを注目し、2014年度から2年間に亘り研究を行ってきました。1年目は仮説の抽出のために、当該エリアのマーケティングデータの解析、生活者1,125人に対する調査、国内外の建築・都市計画・環境デザインに携わる著名人への取材を行いました。

2015年度は仮説の検証のために、当該エリアに存在する代表的なまちを抽出し、それぞれのまちの地形・風土・歴史、交通網、居住者、産業基盤、商業施設、集客拠点などのマーケティングデータ分析を事前スタディとして行い、そして生活者1350人に対する意識調査、国勢調査データの分析を行ったうえで、フィールドワークチームを編成し踏査を行ない、まちの専門家による分析を施し、『都市の魅力を構成する要素』とは何なのかを解明いたしました。その研究成果の報告の一環として、セミナーを開催させていただきます。

日時

2016年5月17日(火) 13:00～16:40
(開場 12:30)

場所

東京国際フォーラム ガラス棟会議室 G701

東京都千代田区丸の内3-5-1 電話：03-5221-9000

料金

無料 (要事前申込み・定員約130名)

申込み・問合せ

ハイライフ研究所セミナー事務局 電話：03-3563-8686 (詳細裏面)

主催

公益財団法人ハイライフ研究所

協力

株式会社読売広告社 都市生活研究所



都市の魅力を構成する要素とは？

「東京10km～20km圏、その魅力。“生き続けられるまち”とは？」

PHASE 2

Sponsor Greeting

主催者挨拶 4

櫻井 隆治 公益財団法人ハイライフ研究所専務理事

第1部

Presentation 1

人間の居る場所 8

三浦 展 カルチャースタディーズ研究所代表

Presentation 2

都市酵母探検隊・研究成果の報告 18

服部 圭郎 明治学院大学 経済学部教授

第2部

Panel discussion

都市の魅力とは 40

コーディネーター 服部 圭郎 石田 祐也 水嶋 敦 榎本 元





主催者挨拶

櫻井 隆治 公益財団法人ハイライフ研究所専務理事



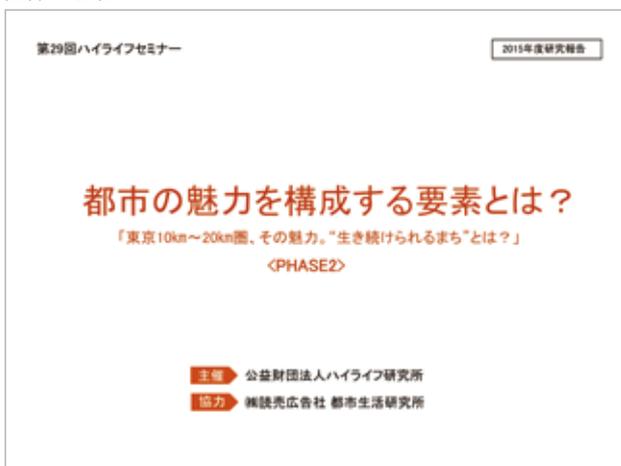
ハイライフ研究所の櫻井です。本日はご多忙の中、また雨の中「第29回ハイライフセミナー」にお越しいただきまして、誠にありがとうございます。厚く御礼を申し上げます。

当財団は平成5年に読売広告社の寄附により設立された研究財団であり、今年で23年を迎えます。設立以来、「持続可能な都市居住の実現に向けた知見の獲得と、社会との共有」を事業目的に据え、さまざまな調査・研究をしてまいりました。特に近年におきましては、経済環境や社会構造の変化、超高齢化・人口減少などにより、『都市居住の持続性』

資料 1-1



資料 1 - 表紙



資料 1-2



を追究することは大変重要な課題であると認識いたしております。

さて、本日まで紹介させていただく研究テーマ、「東京10km～20km圏、その魅力。生き続けられるまちとは？」ですが、先ほど申し上げましたように、厳しい環境変化の中、今なお活性化し続けているまちが東京10km～20kmの間のドーナツ圏に多数存在しております。

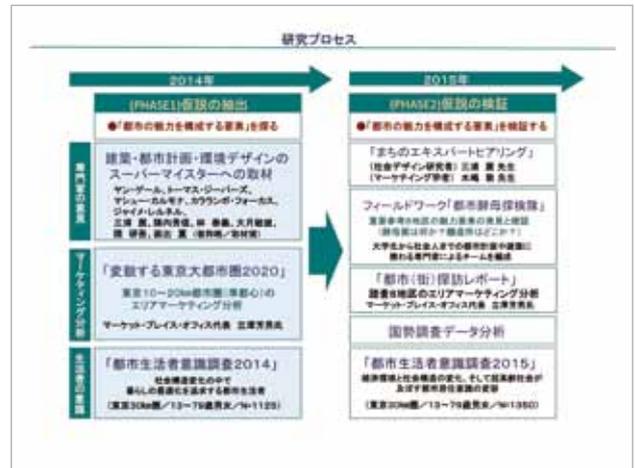
- ・なぜそのまちが今でも元気なのか？
- ・都市が生き続けられるための条件は何なのか？
- ・都市の魅力を構成する要素は何なのか？

を探ることをゴールといたしまして、2014年度・2015年度の2年間に亘り研究を行ってまいりました。

2014年度は「仮説の抽出」を行いました。手法としては、専門家の意見抽出、エリアマーケティング分析、生活者意識調査の三つの角度から仮説を導き出しました。マーケティング分析は、元・マーケティング情報誌「月刊アクロス（パルコ出版）」の創刊編集長、現・マーケット・プレイス・オフィス代表の立澤芳男先生のご尽力によりまして、人口・住宅・商業・歴史・地形などさまざまなベクトルから当該エリアの分析を行いました。生活者の意識に関しましては、東京30km圏に在住する13歳から79歳の男女1,125人に訪問留置調査を行いました。専門家の意見の抽出に関しましては、国内外の著名な建築家・都市計画家・社会デザイン研究者の方々11人に取材を行いました。海外の専門家は、ヤン・ゲール先生をはじめとするご覧の5名にヒアリングを行いました。国内の専門家は本日、基調講演にご登壇いただきます三浦展先生をはじめとするご覧の6名です。

後ほど、第2部の研究報告で服部圭郎先生からお話があると思いますが、これらの手法から導き出されました仮説を整理いたしますと、都市の魅力要因として、多様性、都市と人との連動、雑味・猥雑、

資料1-3



資料1-4



資料1-5



〈基調講演〉

人間の居る場所

三浦 展 カルチャースタディーズ研究所代表

1982年一橋大学社会学部卒業。(株)パルコ入社。マーケティング情報誌『アクロス』編集室勤務。1986年同誌編集長。1990年三菱総合研究所入社。1999年「カルチャースタディーズ研究所」設立。消費社会、家族、若者、階層、都市などの研究を踏まえ、新しい時代を予測し、社会デザインを提案している。著書に『下流社会』『第四の消費』『東京は郊外から消えていく!』『郊外・原発・家族』『家族と幸福の戦後史』『これからの日本のためにシェアの話をしよう』『新東京風景論』『ファスト風土化する日本』『吉祥寺スタイル』『高円寺 東京新女子街』『東京高級住宅地探訪』他多数。近著に『人間の居る場所』『下流老人と幸福老人』。



皆さんこんにちは。三浦でございます。きょうはハイライフ研究所さんの都市の研究の基調講演ということでやらさせていただきます。私も日ごろから東京に限らずいろんなまちを大体午後から歩きまして、4時ぐらいになると銭湯に入りまして、そのあとそのまちの居酒屋に行ってビールを飲むなんていうことを繁くやっておりますが、おかげで痛風になりまして、きょうはずっと立って話しておりますと痛みますので疲れたら座るといって形で、大変失礼なんですがお話をさせていただきたいと思います。

きょうは「人間の居る場所」という大仰なタイトルで基調講演をいたしますけれども、ちょうどこの4月、先月に「人間の居る場所」というタイトルの本を出しまして、ちょうどきょうのセミナーの基調講演にぴったりのテーマではないかなということでそのまま講演のタイトルにさせていただいております。

さて、本論に入っております。「人間の居る場所」という本を書きましてしばらく、2週間ほどいたしましたら、ふと思いついたことがございました。なかなかこの思いつきはおもしろいなと我ながら思いついて、本を書いている間に思いつけばよかったと思ったのですが、それはレジユメの最初にもございますように、人間の居る場所は人間の死ぬ

場所なのではないかということでもあります。ここでいう死ぬ場所というのは、死にたくなる嫌な場所ということではなく、ここで死ぬなら本望かなと思える場所ということでもあります。

そういう場所が逆に生きている間も楽しい人間の居る場所、その人がその人らしく居られる場所ということなのではないかと思うのです。ですから例えば私が、あした突然死んだとします。それが「北千住の大黒湯という立派な銭湯で突然脳溢血で倒れて死んだんだって」と言うのと、「三浦さん北千住好きだったし、銭湯も好きだったし、あそこで死んだなら幸せかな」なんて思っていただけはずなわけです。それから私、吉祥寺に30年近く住んでおりますけれども、「三浦さん急に死んだんだってよ」「どうしたんだ」「酒を飲んで酔っ払って井の頭池に落ちておぼれちゃったらしいよ」なんて言うのと「それは大変だったけど、三浦さん吉祥寺好きだったし、井の頭池もよく散歩してたから、まあ、三浦さんらしい死に方かな」なんて、こう言ってもらえると思うんですね。そういう場合はぜひ言ってください(笑)。逆に「三浦さん死んじゃった」「どうしたの」「ハンバーガー屋さんで死んじゃったらしいよ」「ハンバーガーショップって三浦さん嫌いじゃないかな」関係者の方がいらっしゃったらすみません。

講演レジュメ

1. 人間の居る場所は人間の死ぬ場所
2. 現状認識：都心が脱都市化している。「都会的な郊外」化している。均質化している。都心に都市的な魅力が減っている。
3. 都市の本質：都市は人間の居る場所である。ビルだけでは都市ではない。消費者や労働者だけでは都市ではない。それは商業地であり業務地である。人間がトータルとして存在できる場所が都市である。
4. 都市の本質：都市は、市場、劇場、宿場からなるものである。つまり、モノの交換、心の感動、体の回復の場所である。
5. 都市の本質：都市は、第三空間の集まりとして形成されているべきである。
6. 都市の本質：都市は、開かれた無数の多様な小さな場所の集まりとして形成されているべきである。小さな力による内発的発展と大きな力による外発的開発
7. 都市の本質：都市はインキュベーターであるべきである。ゆえに、都市には、安い家賃で住める場所が必要である。そこで、次代を担う人たちが住み、働き、遊べるために。
～成功して都心に住む人のまわりにその予備軍が住み、働き、遊べるようにするべきである。
～子育て支援には、第三空間的な支援も必要である。
8. 都市の本質：都市には、隙間が必要である。カミソリ護岸の川に生物が住まず、蛇行する自然の川に住むように、都市に人々が生き生きと暮らすには、隙間、でこぼこが必要である。都市は蛇行する川でなければならない。
9. 都市の本質：都市は、人々の自由な行動の場所でなければならない。多様な自由が存在するので雑味が出て都市の魅力になる。
10. 都心でなくても都市になれる。このさい都心にはもっとつまらなくなってもらおう。そのあいだに、東京10km～20km圏を都市にしよう。
11. 今回挙げられた8都市はすべて戦前（大正、昭和）に誕生した都市である（溝の口はやや戦後）。またすべて二路線以上の結節点であるため、事業所、商店も多く、おもわず下車したくなり、来街経験者も多いものと思われる。

「ファストフードなんてあまり食べないのにどうしたんだろうね」「よっぽど急いでいたらしいね。どうしたんだろうね」なんて言う。「それは不本意な死に方だったね」という話になるはずであります。「どこで死んだ?」「ショッピングモールの中で死んだらしいよ」「おかしいな、三浦さん、ショッピングモールは好きじゃないと思うんだけど何でそんなところに行ったんだろう」「取材に行ったんじゃないのですかね」「よりによってショッピングモールで死ぬとは因果ですね」なんて言われてしまうということでありまして、やはり「人間の居る場所」というのは今お話ししたように、その人がそこで死んだら本望なんじゃないか、良かったんじゃないかとそう言われるような場所なのかと思いついたわけです。ですから、単に人間が居るといってもただ居ればいいというものではなくて、ただいっぱい集まっている、ただ買い物にみんな来ている、ただ仕事に集まっている、オフィスビルにいる。ただ居ればいいというわけではなくて、やはりその人その人なりに一番楽しく生き生きとして居られる、あるいはリラックスできる、そういう場所というものがそれぞれの都市にどれだけあるのか。ある特定の価値観の特定の人だけが居心地がいいというまちではなくて、いろんな人が来てもそれなりにその人が居る場所がある。その人がそこで死んだらその人らしいね、いい死に方だったんじゃないかと思われるようなそういう場所が多様に幾つも存在しているまちというものがおそらく良いまちであり、きょうのテーマである持続可能なこれからもずっと人が集まり楽しめるまちなんじゃないかというふうに考えたわけです。

もう少し具体的に、今現在の主に東京という都市について思うことをまず話してまいりたいと思います。一言でいうと今東京の都心部というのは、私の個人的な意見では、だんだんと都市でなくなっているのではないかと。都市としてのおもしろさをだんだん失っているのではないかと考えております。ちゃん

と都市があるじゃないか、国際フォーラムがあるじゃないかということなんです、それはもちろん一つの都市のあり方なんです、本当にいろんな人間がいる場所がある。そういう都市の魅力というものは失われているんじゃないか。

ビジネスマンが効率的に働く、そしてその職場に効率的に通うことができるタワーマンションがいっぱい建つという意味での都市の発展はしているわけですが、仕事の帰りにあるいは家に帰る途中に、あるいは休みの日にふと安らげる、楽しめる、自分らしい時間が過ごせる場所というものが果たして今、この都心にあるだろうか。昔のほうがあったのではないだろうかという気がしているんですね。ですから、都心が今脱都市化の方向、一見、見かけ上は都市なんだけれども、実は機能としては人間にとっての意味としては、脱都市化しているのではないかと。いうふうに私は感じていて、むしろ都心に郊外のショッピングモールが入り込んできているような感じがします。むしろ都心が郊外化していると言いますか、消費だけのための空間とか働くだけのための空間とか、非常に機能主義的に分かれていっています。実際はもっと単純な機能では分かれぬ、隙間隙間におもしろいものがあるというのが都市の本当の魅力ではないかと思うんです。そういう隙間がどんどん埋め尽くされて本当の都市のバイタリティや、何が出てくるか分からないような魅力というものが失われてはいないかという問題意識を感じています。都市というものはやはりいろんなもので構成されております。ビルがある。大きなビルも小さなビルもある。道路がある。その道路にも大中小あります。いろんなものがあります。もちろんお店がある、住む場所もある、いろんな要素があります。無数の要素によって都市は構成されていて、もっと細かく見れば、同じ住宅でもタワーマンションがいっぱいあるのか戸建て住宅なのか古い団地なのかモルタルアパートなのか、こういうものがどう混ざり合ってい

るかによってまちそれぞれの個性が決まってまいります。お店と言ってもチェーン店ばかりなのか、個人的な店があるのか、そのお店の看板も店主が手書きでペンキで描いたものなのか、パソコンで出力したものなのか、こういうものによってもわれわれはあるまちに行ったときになんとなくどこかで見たようなまちだなと思ったり、昭和な感じだなと思ったり、何となくリラックスできそうだなと思ったりするわけですが、そういう都市の、まちのそれぞれの個性というのは、実は無限に、多様な建物とか道路とか店とか看板とか、もちろんそこに歩いている人とか、その歩いている人が着ている服とかいろいろなものによってその都市の、まちの個性というものが生まれてくるわけです。ですからやはり根本としてはどういう人間がそこにいるのか、単に買い物をする消費者がいるのか、単に忙しく働くビジネスマンがいるのかというだけだと、都市の魅力というのは十分に生まれてこない。酵母が発酵するという話がありましたが、やはりこの空中に目に見えない漂っている酵母が落ちて発酵していくわけでありまして、そういう意味では現代の都心が無菌化していると言いますか、おいしく発酵する酵母が入りにくくなっているという気がします。簡単に言えば何かおもしろい人間が自然と集まる場所ではなくなっているのではないかと。おそらくそういうちょっとおもしろい人間、お金はないけどアイデアがある人間、そのアイデアをそのうち生かしてビジネスを起こす、おもしろい何かをするそういう人間というのは今の東京の都心には集まらず、もしかするときょうのテーマである東京10km圏～20km圏に回遊しているのではないかと気がするわけです。

大体、ニューヨークでもパリでもそういう似たような動きは歴史的にあったわけで、どこかがジェントリフィケーションされて都心再開発されて、きれいなまちになると、そこから追い出された人が工場街にアトリエを構えたり、倉庫街に事務所を構えた

りする。そうやって例えばマンハッタンのSOHOは生まれた。でもそのSOHOの人気が出るとまたその地価が上がって行って、今度はお金のあるブティックじゃないと入れなくなる。そうするとまたお金はないけどおもしろいことを考えている人はイーストリバーを渡ってブルックリンのほうに行ってまたおもしろい店をやる。店を開いたりギャラリーを開いたり会社を作ったりする。こういう流れがあるわけです。パリなんかもオスマン以来、常にパリの場合は都心にお金持ちが住みますから、貧乏な人を追い出してパリはどんどん大きくなっていったわけですが、追いついてしまった所にむしろおもしろい新しい文化が発展して、それでまた新しいパリの魅力を増幅していったわけです。そういう意味ではきょうのテーマである東京10km～20km圏というのは、本当はもっと都心に中にあった都市的な魅力、おもしろさというものがある意味では閉め出されて新しい行き場所を、発酵の場所を求めている地域、それが東京10km～20km圏の中のいろいろなまちなのではないかとこのように考えております。きょうは先ほど、後半のパネリストさんとの打ち合わせで、できるだけ後半につながらないような話をしようじゃないかと私は思っていたんですが、だんだんつながって来てしまいました(笑)。つながったほうがいいですね。それから私、若いころはパルコという会社におりまして、最近はどうか知りませんが、30年前40年前はパルコと言うと東京の都市文化のリーダーのような会社でありました。そのパルコで都市とは一体何なんだということをいつも言われていたことがありまして、それは三つの場所ですね。市場、劇場、宿場です。つまり都市の市というのは市場の市になりまして、やはり人が集まることの一番の基本は物の交換なんですね。市場ができてくる。そこに人が集まるということです。人が集まってくるとついでにその人々を喜ばせようじゃないかということで、歌を歌ったり芝居をしたり大道芸をしたりする人が現れてま

いりまして、これが固定化していきますと劇場というものが常設になるわけです。お酒を飲んで芝居を見て歌を聴いていい気持ちになると、家に帰るのを忘れてしまいますから、宿が必要になってきて、そこで泊まれるようなホテル、宿場というものが発達するわけでありまして。このように今で言う物だけではなくて情報も含めた交換の場所がある。その集まった人を喜ばせる、興奮させる、楽しませる場所がある。そしてその人たちが休む場所がある。ホテルというのは語源的にはホスピタルと一緒にですからそこで休むということです。癒やすということです。それからレストラン。癒やすという意味ではレストラン、おいしい物を食べる場所というの必要ですが、ご存じのようにレストランというのはリストアという言葉から来ていますね。回復ということです。ですから仕事をして痛んだ心と体をおいしいものを食べて癒やす、回復する。これがレストランであります。まずいものを食べて調子が悪くなった、そういうものはレストランとは呼ばないわけです。

そういうように、人が集まる市場があり、その集まった人を喜ばせる劇場性があり、そしてそのあと休む、レストランとかホテルというものが集まることによって都市というものが発展していくわけです。それから言い換えますと、都市の魅力というのは単に住む場所、働く場所、つまり第一空間、第二空間だけでは都市らしくならないと思うんですね。やはり第三空間がないと都市にはならない。ただそこで寝ている、家族で食事をしているとか働いているというものだけではそこをおそらく都市とは呼ばないんですが、やはり仕事帰りに一杯引っかけるとか、ちょっと芝居を見に行くとか床屋に行ってさっぱりするとか、そういうものも含めたさまざまな、多様な第三空間がたくさんあるというのが都市なわけです。今の都心というのももちろん劇場があるじゃないか、飲み屋もあるじゃないかと思うのですが、私

の主観的な印象といたしましてはその第三空間自体が非常にビジネス的に、計画的に損をしないようにきちんと儲かるように作られすぎている。だからそういう所に入ると疲れるんですね。当然値段も高い。その割にはあまりおいしくないとか、そんなことがあります。ですからちょっと都心から離れると、もっと安くておいしいお店もあるし、もっと安らげる場所もある。そういうものを今、その東京10km～20km圏の地域のまちに求められているのではないかと思います。ですから、いかに多様な第三空間をたくさん持てるか、持っているかということがこれからのまちの発展にとって重要であると思うわけです。逆に言うと、郊外のニュータウンなどは家族が食事をして寝るという機能ばかりだったわけですから、働くという機能はなかったし、第三空間というのも公園があるとかそれぐらいであり多様性がなかったわけです。でもおそらく、これから郊外の人口が減っていくときに、どうするべきかという、私は郊外を都市化するべきだと思っているんです。郊外で働く場所もできていく。働く人が増えれば飲み食いする場所も必要になる。そして休む場所ももっと多様性を持った休む場所が必要になるということで、都市的になっていくわけです。ですから吉祥寺も最近シェアオフィスができて、普通の銀行とかそういうのはあったんですけども、意外にシェアオフィスはなかったんです。吉祥寺はどちらかと言うと、お買い物に行ったら楽しいねというまち。だからたまに買い物に行った人が住みたいねと言っていたんですが、実は若い方ではちょっと値段が高くて住めなくて、実際は若い人の人口がどんどん減って高齢者がどんどん増えている。吉祥寺でオフィスを構えるといってもなかなか適した所がなかったんですが、最近地元の不動産屋さんがようやくシェアオフィス作りなどを行っている。そうすると住宅地であり商業地であると同時に自由な個人が安い値段で働ける場所もできてくるということによって、住みたいまちナンバー2にことし落ちまし

たけれども、そんなシェアオフィスみたいな新しい都市性を加えていくことによってまた人気上がるかもしれません。

それから、今、シェアオフィスの話をしましたが、やはり都市というのは成功してお金もある人が集まって住んで、給料の良い会社に勤めて、高級品を買うというだけのものでは都市としてはおもしろみがない、魅力がないんじゃないか。やはり都市はインキュベーターである。インキュベーターであり続けたいと思いませんか。先ほど言いましたアイデアは良いけどまだそれをビジネスにできていない、才能はあるけどまだ売れていない、そういう人たちが温かく見守り育てる機能が中に入っていないと思いませんか。

ですからお金を稼いだ人が、たくさんお金を稼ぐ人の会社とその人たちが住む高級マンションだけがあっても、その都市は持続可能ではない。やはりできるだけ内部に、あるいはそのすぐ近くに次の新しいビジネスや文化を考えることが大事で、この前亡くなりましたが次の蛭川幸雄氏みたいな人が常にたくさん活動をしている。そういうことを内包していなければ都市としての魅力があるとは言えないと思います。ですからこのレジユメの7番に少し書いてございますけれども、私、最近、個人的に働く女性の子育て支援というのをやっております、どういうことかと言うと、子育て支援と言うと昼間お母さんが働いている間保育園に子供を預かる、そういうのがすぐに思い浮かびますけれども、私も一応昼間働いているので、4時から銭湯に行きますが、お母さんが働いている間、子どもを預かるわけにはいかない。ではどんな子育て支援をしているかという夜の子育て支援なんです。一体何かと言いますと、子どもを預かるのでない。お母さんを預かるんです。つまり働くお母さんは昼間は会社に行ったり自分の仕事をして、夜、夕方になると保育園に迎えに行くと

家に帰ってご飯を食べさせて、お風呂に入れてとなるとまったく自分の時間がない。特に今若いお母さんになっている人たちは20代の時にいっぱい働いていっぱい遊んでいっぱいお酒を飲んで、いっぱいいろいろなお店に行っているわけです。それが子どもができたとたん会社に家、まさに第一空間と第二空間を行ったり来たりするだけの生活になってしまいます。つまり第三空間のない生活になってしまうんですね。これでは都市に暮らしている意味がないわけです。そこで私が登場しまして、「お母さん、きょうはお子さんをお父さんに預けて、私と夜飲みに行きましょう。こんな新しいお店が荻窪にできていますよ、ちょっと一緒に行ってみましょう。」こういうふうにお誘いをいたしまして、もちろん旦那さん公認で、おいしいものを食べに行くというこんな活動を始めております。まだ2回しかやっておりますけれども、これからどんどん増やしていきたいと思っております。こういうことも都市的子育て支援だと思っております。第三空間に触れることを支援する、都市ならではの支援なのかなと思っております。それからレジユ



メの八つ目ですが、先ほども言いましたがいかに隙間というものを残していくかが大事でありまして、どうしても大手ゼネコンさんあるいは大手デベロッパーさんが都市開発をしますと隙間を埋めてまいります。銀座も昔は路地がたくさんありましたが、全部更地になり大通りだけになり大きなビルが建つわけです。ですから路地、小さな道が減っていく。路地というものがないと魅力がないんですね。都市の魅力が生まれにくい。路地裏だから家賃が安い。小さい一坪か二坪しかない店がある、だからこそ銀座の真ん中でも焼き鳥屋でもおでん屋でもスナックでもやって、生きることができた。ところがこれが大通りだけになりますと一坪何万円だと。そうするともう大きな資本、お金のある人じゃないとお店が出せない、会社が出来ないという話になりまして、それだけまちに集まる人々に多様性が減ってしまう。

やはり都心であってもそういう全部を効率のいい空間に変えるのではなくて、安くて汚いけれども何か隙間があって、そこで新しいアイデアを持った人が入り込める。まさに醸造所と言いますか菌床化がなくてはいけないと思うのですけれども、この辺はなかなか都市開発というのはそうなりません。やはり従来型の都市開発のほうができあがったときにたくさん賃料が取れる、たくさん賃料が取れば銀行から借りたお金も早く返せるということで、どうしても非常に効率的な都市再開発が行われてしまうのです。しかし、例えば武蔵小山がおもしろい闇市空間だったんだけど、全部更地になってタワーマンションになってしまう、立石にもおもしろい飲み屋さんがいっぱいあるんだけど、これも近々更地になってビルになってしまうわけです。これで良いのだろうか。吉祥寺はなぜ住みたいまちナンバー1、ナンバー2でずっといるのか。それは駅前に闇市だったところが残っていて、その闇市が闇市でありながら新しいお店、若い人も入りやすいお店

にどんどん新陳代謝をして変わっていったからです。駅前の一等地ですから、あそこにビルが建ったりマンションが建ったりすればすぐに儲かります。けれどもそこが終戦直後の闇市のまま残りながら、でも新陳代謝をして新しいお客さんを呼び込んでいる。もしもあそこにただのビルが建っていたら、もう吉祥寺は住みたいまち15位ぐらいに落ちていたと私は思うんですが、皆さんどう思われるでしょうか。やはり駅前の一等地に隙間空間が贅沢に残っている、これが吉祥寺がずっと人気を保っている理由ではないのかなと思います。そのように隙間がありますと、人間は自由にものを発想し、自由に行動をするようになるんですね。川でもカミソリ護岸のただの四角い川にしてしまいますと生き物が育ちません。蛇行してぎざぎざと、でこぼこした昔ながらの自然の川ですと必ずそこに生物が宿ります。ザリガニも隠れています。多様な生物の圏域が自然と生まれるんですね。人間もそうでありまして、まっすぐな道、四角いビル、こういうものだけだと、やはり多様な生物、多様な人間がいる場所がない。エリートビジネスマンとその家族が住むマンションだけになってしまう。これでは新しい発想、文化が生まれてこないわけですし、やはりより自由を求める、新しい発想を求める、生み出す人たちが思わず立ち寄りたくなるようなそういう場所というのが用意されていなければいけないわけです。ですからシアトルコーヒーのカフェなんていうのが第三空間だという話もありますけれども、確かにある意味そういう役割は果たしているわけですが、やはり同じようなチェーンのカフェだけあってもやはり同じような人しか集まらない。結局よく見るとノートパソコンを叩いているビジネスマンばかりいる。これでは本当の第三空間ではないのではないかな。もっと本当の多様な、自然な第三空間がたくさんあるということが都市の魅力ではないのかなと思うわけです。

そのように考えまして、今回ハイライフ研究所では8箇所ぐらいですか、後半のほうで服部圭郎

先生のほうから説明があるかと思いますが、三軒茶屋ですとか自由が丘ですとか北千住といった東京10km～20km圏のいろいろなまちを調査されました。私もそのまちすべてに行ったことがありますので、どうしてそういうまちを調べたのか、そしてそういうまちの要素は何なのか、魅力は何なのかということちょっと考えてみたわけですが、今回取り上げているまちとは戦後初めてできたまちではない。戦後に発展したまちではないと思うんです。全部大正から、昭和にかけて登場してきて、すでにテイクオフしていたまちであります。自由が丘も三軒茶屋もそうですね。北千住は本来日光街道の宿場町ですから江戸時代からずっと発展していたわけですが、明治末期から、大正ぐらいに工場がたくさん北千住にできはじめました。宿場町プラス工場のまちということで人口が増えてさらに発展したまちですね。大正ぐらですか、足立区の人口の25パーセントは北千住に住んでいたというぐらい集中していたまちです。非常に魅力的なまちですが、今回の調査でもたいへん評価が高かったようであります。溝の口というまちも今回取り上げておりますけれども、これも街道沿いのまちとして最初発展したんだと思うんですが、やや戦後に大きく工場地帯になることによって発展したまちかなと思いますが、起源的にはやはり大正、昭和ではないかと思うんです。ですからこれはたいへん不思議なことでありまして、こうやって魅力的なまちを探そうとって取り上げられるまちが戦後70年もあるのにこの70年間にできてきたまちというのが1個もないというのは不思議なことですね。多摩センターとか永山とかこういうまちは、もちろん20km圏より外ですけれども、こういうまちが挙がってこない、リクルートの住みたいまちランキングでも多摩センターって挙がってきません。東京ウォーカーの住んで良かったまちランキングでも挙がってきませんね。それは何なのかというこ

とはやはりきちんと考えないといけません。都市計画や建築をやられている方は、なぜ70年間一生懸命まちをつくり建物を造ってきたのに、そこに住みたい、住んで良かったと言ってもらえるまちがくれなかったのか、なぜ大正、昭和に私鉄が、東急とか小田急とか西武とかそういった私鉄ができはじめて、そこで初めてそれまでただの雑木林だった、畑だった所につくったまちが今もいまちだという例として挙がってくるのか。これを考えないといけないと思うんですね。そういうことを考えないで都心の再開発をするから都心が郊外のニュータウンとか郊外のショッピングモールみたいになっていくんだと思うわけでありまして、もったきょうのテーマである東京10km～20km圏というのはつまり昭和の郊外ですね。ちなみに「昭和の郊外」という本も最近出しましたが、なぜ昭和の郊外の住宅地、その住宅地に付随する商業地が今も魅力的なまちとして挙がってくるのかということを考えないといけないと思います。それは結局昔のまちづくりのほうがミックスドユースなんですね。

自由が丘は住宅地であります、もちろん駅前には商業地であります。住宅地には結構ハイクラスな人がお住まいです。私、昔、自由が丘に住んでいたこともありますが、ふっと歩いているとすぐ表札に徳川とか書いてありますからね。ビックリしますよ。あとちょっと隣の奥沢という所は海軍村というのがありまして、横須賀のほうの海軍の人たちが、都心と横須賀の間ということで奥沢に家を作ったんですね。これは海軍村と言われていまして今も4～5軒残っていますけれども、すばらしい家なんですね。そういう明治、大正、昭和の歴史が残っている。一方でもちろん最新の新しいスイーツテーマパークみたいなものもある。やはり時代時代に応じて新しい住宅ができたり新しいケーキ屋さんができたり新しいブティックができたりして時代の中で常にまた新しいものを取り入れていろんな時代が重層的に重

なっているわけです。ですからペンキでもそうですよね。自動車の塗装でも高級車ほど6回も7回も色を塗っているわけです。ですから高級車ほど深い色が、高級な色が見えてくるわけです。あれはただ一色、一回塗っただけだと安っぽい色になってしまうわけですね。それと同じようにまちも大正の色、昭和の色、戦後の色、最新の色、こういうものが重ね塗りをされることによって、魅力を増していくわけです。塗り方がへたくそだとだめなんです、上手に塗り重ねていくとずっと人気を保つことができるわけです。ですから東京のまちを考えるとときにはどうしてもわれわれサラリーマンと専業主婦と、家族がいて子どもがいてみたいなことを考えますが、戦前の郊外、特に東京10km～20km圏を考えるとときに重要なのは、一つはやはり軍隊です。軍隊があったまちは非常に栄えたわけです。軍人が一番金を持っていたからです。だから当然この都心でも軍隊ができると花街ができ、赤坂とか新橋もそうですが、軍隊ができたから軍人がいっぱいお金を使って芸者さんが栄えたわけです。東京10km～20km圏の住宅地にももちろんそういう花街もできましたが、やはり軍人さんが自宅を構えたあるいは軍のさまざまな施設もあったということがまちの発展には大きな影響を与えているだろうと思います。ですからわれわれはすぐに業務地、商業地、住宅地と考えますが、戦前においては軍隊の存在というものが大きい。それから工場ですね。大正、昭和にかけて工場が増えた。これもまちの魅力を結果としては増すことになっている。北千住も先ほど言ったように宿場町だったのが工場のまちになった。蒲田もそうですね。本来は羽田の漁村ですが、そこに最初温泉ができて旅館ができて、そのあと工場ができてきます。この工場も調べてみるとおもしろいんですね。それを話すとき長くなりますが、松竹の映画撮影所ができた。旅館もあり映画もあり、工場もありもちろん温泉も出ますし、いろんなことでいろんな機能、魅力が蒲田にあったわけです。そういう多様性を内包

している地域だということが重要であります。しかもそれを一度消してしまうのではなくて、残しながら上に加えている。だから工場は一切消してビルを建てているわけではない。これが豊洲なんかですともともと埋立地とか工場とかいう歴史を消して、マンション街になっていますけれども、それだと果たしてずっと魅力を持ち続けるのかしらというのが私は疑問です。

ただ、築地から魚市場が移転するとタワーマンションがあるけど魚市場があるというのはおもしろいかもかもしれません。その歴史を消さずに上にうまく塗り重ねていって、まちの魅力ができています。そういうまちが今回も取り上げられているように思います。赤羽も軍隊、軍の施設、工場がありましたし、そういうまちが実は魅力的なのかもかもしれません。それから今回取りあげられたまちの共通点はすべて2路線以上の鉄道が入っていることです。これはそういう基準で選ばれたのではないと思うんですが、結果としてそうなっています。2路線ありますとやはり乗り換えで次の電車を10分待つんだったらここで下りて一杯飲んでいくかとかラーメン食っていくかということになりますから、当然乗降客数、駅の外に出ていく人が増えてくるのでそれによってまちが賑わってくるということです。考えてみれば私も自由が丘に住んでそのあと吉祥寺ですから2路線タウンに住んでいるわけですが、そういうこともおもしろい共通点だなと思いました。

それからまちが魅力的になるという一つの条件は、女性が楽しそうにしているかどうかというのは大きな要素だと思います。もちろんおじさんばかり楽しそうにしていってもいいんですけど、やはり次の発展を考えたときには女性が楽しそうに集まってくるというのはやはり今後も欠かせない条件だと思うんです。そんなこと分かっているよというのでデベロッパーさんは女性が喜ぶおしゃれなお店をテナントに入れるわけです。しかし単に清潔でおしゃれでちょっと高級みたいなものだけが現代の女性が喜ぶ

ものなのかというそれは非常に疑問なわけです。先ほど言ったように今の女性たちは男性と同じように働き、夜も働き、そのあと酒を飲むというような、男性とだんだん似てきているわけですし、非常に男性的な趣味の女性が増えていますよね。ですからそういう女性はもちろんおしゃれなデリカテッセンとか雑貨店にも行くでしょうが、でもあるときは立石でホルモン焼きが食べたいとか言うわけですし、最近フェイスブックを見ているも「ついに立石に来ました」ってアップしている女性がいかに多いかですね。そういうことに気付かずに立石はビルにしちゃうわけですね。ですから再開発しようと思いはじめたのは20年ぐらい前ですから、20年前の女性はそれはパルコに行っておしゃれな服を買おうというのが中心だったかもしれないけれども、ようやく再開発計画がまとまってさあビルに建て替えるぞといったころには一世代変わって、現代の女性は立石でホルモンが食いたいぞという人が増えてしまうとそんなことでありまして、この大きなタイムラグが、今、求められているまちを、つまり20年前に予測ができなかったということで、これは難しい問題です。難しいんですが、できなかった、でも途中で修正せずにそのまま突き進んでしまう、ここに現代の都市再開発の大きな問題があるように思います。

大体時間よろしいでしょうか。私のほうの基調講演を終わらせていただきたいと思います。どうもご静聴ありがとうございました。

〈研究報告〉

都市酵母探検隊・研究成果の報告

服部 圭郎 明治学院大学 経済学部教授

1963年東京生まれ。東京大学工学部卒、カリフォルニア大学バークレイ校環境デザイン学部修士課程修了。民間シンクタンクを経て現職。専門は都市デザイン、都市計画、フィールドスタディ。主なプロジェクトは、マレーシア新都市サイバージャヤのマスタープランなど。著書に『ブラジルの環境都市を創った日本人：中村ひとし物語』『若者のためのまちづくり』『道路整備事業の大罪』『人間都市クリチバ』ほか、共著に『都市計画国際用語辞典』『都市の鍼治療』ほか。



よろしくお願いたします。明治学院大学の服部です。

それではこれから都市の魅力パート2ということで、昨年度発表させていただいたのがパート1ですけれども、その続きのお話をさせていただきたいと思います。その始めにまず調査の前提となる考え方として、昨年度の調査結果からどういうことが分かったのかこれをおさらいしたいと思います。

資料 2-1

都市の魅力 パート2

ハイライフセミナー 2016.05.17

服部圭郎

資料 2-2

はじめに

調査の前提となる考え方
(昨年度の調査結果から)

櫻井さんの冒頭の説明でもありましたように、昨年度の調査結果として都市の魅力というのは「人を酵母として発酵され作り出される」ということが分かりました。この様な考えを仮説とし2年目の研究を進めて行くことにしました。また、「人を酵母として働かせるのは都市である」ということで、凡庸な人、最初から酵母菌として活躍する人、これは先天的に決まっているわけではなくて、都市環境が人を変容させるとそういうふう考えたわけです。つまりこういう都市の中に人が住んでいて、都市環境が人に影響を与えるわけです。そうすると影響を与えて、そのうちの何人かに一人が反応をするわけです。これは反応をしている感じなんですけれども、反応して変身して酵母菌になるわけです。ほかの人たちはあまり酵母菌にならないけど酵母菌になるような人がいる。この人がいろいろ活動しようと思っ、都市を楽しもうじゃないかというふうな形で動き始めるんですね。こういうふうに動き始めるようにしているのが都市環境なのではないかと。これでこの人がより魅力的な都市にして、都市自体を都市の酵母菌をたくさん増やすようなそういう都市に変容していく。お互いシナジー効果で都市と人が相乗作用で魅力的になっていると、このように考えました。それでさっそく東京10km～20km圏が魅力的であるというのであればこの10km～20km圏には酵母菌がいるだろうということで探検隊を組みまして酵母菌探しに出かけたわけです。ただ酵母菌というのはなかなか見つからなくて、まちに行ってこいつは酵母菌だと、この人間は非常に怪しいぞというのとは分からないわけです。

これはさすがに調べる前から分かっていましたので、ただ酵母菌が活動した痕跡、これは比喻とすれば例えば山とかに行っ、山に生存している熊とか山猫みたいなものはまず見つからないわけですが、ふんとかありますよね。こういうふう自然愛好家の方たちは山に行っ

資料 2-3



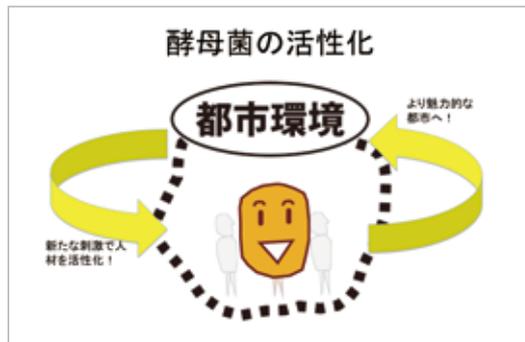
資料 2-4



資料 2-5



資料 2-6



山猫のふんとか熊のふんとかを見つけると興奮するらしいんですけども、それで実際に山猫とか熊を見つけることができなくてもふんを見つければ何か生きているとかそこに生存しているというのが分かるので、今回の探検隊員にもアサインメントとしては酵母菌の人を見つけることは難しいけれども、酵母菌の人が活動をしている痕跡は探せるだろうということで、これを課題として探検に行きました。これからが都市の酵母菌探検隊の成果報告です。どこに行ったかといいますと、東京10km～20km圏で八つのまち、8人の探検隊員で自由が丘、三軒茶屋、北千住、赤羽、蒲田、下北沢、中野、溝の口、この八つのまちです。8人の探検隊員は、こういう形で多様な人材をそろえました。クロアチア人のダスティッドさん、韓国人の申さん、女性陣、ミドルエイジの女性の方とか、あとはうちの学生とか、若手のほうの女性とかもそろえたりして、こういう8人の陣容で探検に出かけたわけです。これから八つのまちで何をわれわれは見つけたのか、九つの指標を取り出して、九つの指標で取りあえず評価をすることにしました。

資料 2-7

本探検(フィールドワーク)の目的

- そんな酵母菌を探してみよう!
- ただし、酵母菌はなかなか見つけられません。
- そこで、酵母菌が活動した痕跡を探してもらうことにしました。



資料 2-8

ここからが本番

都市の酵母菌探検の成果報告

資料 2-9

8つの街 -
8人の探検隊員

自由が丘



資料 2-10

8つの街 -
8人の探検隊員

三軒茶屋



資料 2-11



資料 2-14



資料 2-12



資料 2-15



資料 2-13



資料 2-16



◆ 自由が丘

自由が丘はこういう形ですね。九つの指標は多様性、民主主義的であるか、デモクラティックにまちづくりが行われているか、あとは孵化（ふか）器としての機能ですね。インキュベーターという言葉が三浦さんの説明でもありましたけれども、このインキュベーターとしての機能、それから集積性、どの程度集積しているのか、それからユニークさ、ユニークというのはアイデンティティみたいなものも関わりますけれども、まちらしさ、そういうものがきちんとあるか。それからアメニティ。あとは少し難しい言葉になりますがオーセンティシティですね。本物であるか。あとは寛容性があるか。歩きやすさ。寛容性なんていうのはクリエイティブシティで結構重要視されている指標なので、こういうものを挙げさせていただいて、九つで評価させていただきました。

キーワードを幾つか挙げさせていただいたんですけれども、8人の探検隊、結構重複するような報告もありましたけれども、そこら辺を総合化してキーワードで自由が丘を語ると「ベンチ」ですね。いきなりベンチというのは何が何だか分からないかもしれませんがベンチ。和洋折衷、昼のまち、アンビバレント、両義性ですね。スイーツ、地主がつくったまち、九品仏川緑道、カフェ、ヤングアダルトから中年にわたる女性陣をターゲット、こういうキーワードが出てきました。時間の都合上、具体的にポイントになるところだけ説明させていただきたいと思います。

自由が丘の特徴というのは一つスイーツのメッカですね。圧倒的なスイーツの集積が自由が丘にあることが分かりました。そもそも自由が丘と言えばモンブランだと思いますけれども、モンブランというのは何となくヨーロッパとかフランス辺りで、フランスにモンブランという山がありますからフランスのお菓子かと思うかもしれませんが、自由が丘発祥の極めて日本のお菓子で

資料 2-17



資料 2-18



資料 2-19



す。よく考えたら栗を使って、和栗をうまく入れたというのはなかなか和洋折衷的な考え方だと思いますけれども、このモンブランの発祥のモンブランという店があります。あと王選手、自由が丘のそばに住んでいるということでコマーシャルに出ていたと思うんですけども、王選手で有名な亀屋万年堂ですね。西洋どら焼き。今はナボナで通っていますけれども、当時は西洋どら焼きということで売り出されたようです。あとはダロワイヨ。ダロワイヨさんももちろんフランス、パリにあるお店ですけれども、これは不二家さんが持ってきたということで1号店は自由が丘であるということです。あとは自由が丘を有名にしたのは料理の鉄人に出てケーキ文化の革命児とも言われる辻口さんがモンサンクレーという、自由が丘から結構離れた交通の便が悪い所に90年代後半にお店を開きました。そういう集積から自由が丘の商店街のほうでまちづくりとしてスイーツを売り出そうということでつくられたのがスイーツフォレストで、ダロワイヨ以外はすべて自由が丘発なんです。ダロワイヨも日本の1号店は自由が丘ということでこれを統計で見ると圧倒的に、二子玉川がごころ猛追しているんですけども、自由が丘がいかにほかのまちに比べても圧倒的にケーキを売っている店が多いということが分かると思います。二子玉川は高島屋にずいぶんケーキを売っている所があるみたいでそこで稼いでいるんですけども、自由が丘は個店の集積としてこれだけスイーツが集まっているというのは、これはおそらく日本一であって、日本一であることはもしかしたら世界一なのではないかと思うぐらいなんですけれども、それだけのまちだということが分かりました。

もう一つは住民がつくったまちということで、地主、大きく言うと栗山家と岡田家ですけれども、この二人の地主、二家族の地主によって地元住民によってつくられたまちということが大きいと

資料 2-20

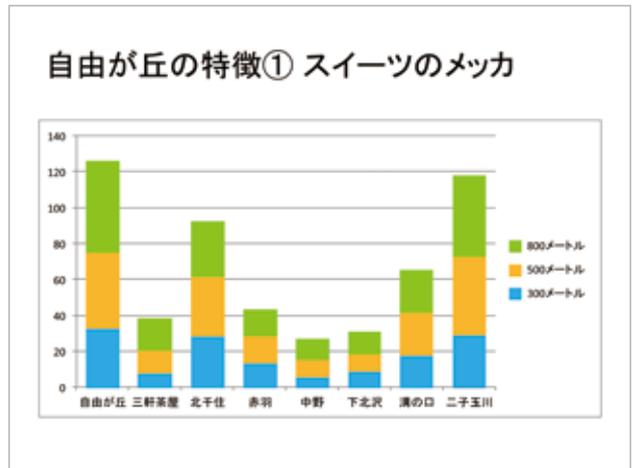
自由が丘の特徴① スイーツのメッカ

- 圧倒的なスイーツの集積。
 - モンブラン(モンブラン)
 - 亀屋万年堂(西洋どら焼き:ナボナ)
 - ダロワイヨ(オペラ、マカロン)
 - 辻口博啓(モンサンクレー、自由が丘ロールケーキ)
 - スイーツ・フォレスト

ダロワイヨ以外は、すべて自由が丘発



資料 2-21



資料 2-22

自由が丘の特徴② 住民がつくった街

- 地主を中心とした地元住民によってつくられた街
- 自力本願で、企業の論理で街がつけられていない
- 孵化器としての機能はすぶる優れている(ただし、競争は厳しい)



思います。自力本願で企業の論理でまちがつくられていないということ、地元ベースであるということが一つの特徴です。孵化器としての機能というのがすこぶる優れていて、多くの店がここで育っていくわけですがけれども、ただし一方で競争は厳しいんですね。だから自由が丘で成功すればスイーツとかそういう外食系はどこでも成功すると言われているみたいですがけれども、難しいけれどもチャンスは与える、こういうまちであると思います。もう一つ、うちに外国人の探検隊員がいて、ここはちょっとというのはやはりラ・ビータですね。自由が丘のベニス、ここに外国人がこのごろ多く来ていて、外国人が自由が丘に来ているというのもちょっと驚きなんですけれども、モンサンクレールなんて、今本当に外国人が半分以上、土日などですとお客さんでいますけれども、このラ・ビータも訪れるんですね。これはもう日本じゃないですよ。ただこういうラ・ビータの目の前に和風な甘味喫茶みたいなものがあったりとか、奥沢神社とかあるこの和洋がうまい具合に共存している。極めて表層的なものの隣に武蔵野的な、農村文化的な本質が同居しているということが自由が丘のおもしろいところかなということを探検隊員と一緒に発見しました。

もう一つ、この歩行空間のアメニティ、これは皆さんこういう写真を見ると自由が丘はずいぶん自動車が混んでいて不便だなと思うかもしれませんがけれども、結構いろいろまちの魅力とか、特に酵母菌みたいなことを考えるとこの踏切というのはなかなかいいんじゃないかと思います。要するに自動車がたくさんいることによって歩きにくくなっていることはもちろんなんですけど、踏切のおかげで自動車ものろのろ歩行速度で動いているので安全。また、地元の商店街の人が強く意識していたのはガード下です。ガード下が暗くならないように看板を設置したり。電光掲示板の看板を設置したりとかそういうふうに歩行空間のアメニティが悪くないということで

資料 2-23

自由が丘の特徴③ 表層と本質の同居



資料 2-24

自由が丘の特徴④ 歩行空間のアメニティ



資料 2-25

自由が丘の評価



- 特にスイーツ系の酵母菌を活性化させたり、お洒落な雑貨系の酵母菌を活性化させたりする秀逸な条件を有している。

す。この写真だけ見るといかにも悪そうに見えますけれども、悪くないということが特徴として挙げられるのではないかと思います。われわれ自由が丘の菌床、都市の酵母菌の生育環境としての評価は満点であると。特にスイーツ系の酵母菌を活性化させたり、おしゃれな雑貨系の酵母菌を活性化させたりする秀逸な条件を有しているということです。自由が丘というとおしゃれでファッショナブルで、特に私みたいな中年に対しては意地悪というかお呼びじゃないような、そういうまちのイメージがあるかもしれませんが、実際に探検して調べているとなかなか相当おもしろい。なぜこれだけのスイーツが集積しているのかというそこら辺の条件みたいなことも分かったような探検隊の報告でした。

◆三軒茶屋

次に三軒茶屋に行きます。三軒茶屋のキーワードは行き止まり、分断、パッチワーク、国道246号、世田谷線、路地空間、三角地帯、アンビバレント、先ほども出ましたけれども両義性ですね。あとは混在、そういったキーワードが出てきました。一つの大きな特徴はパッチワーク空間ですね。壮絶なる空間の多様性、面的な土地利用においても非常に多様というかそもそも分類できていないんじゃないかという感じですね。一つの建物においても普通の住宅の1階はビストロになったりしているという感じです。さらに、住んでいる人々も多様であるということです。ただそれらがあまり融合しているようには見えない。あたかもパッチワークのようである。ただ遠くから見ると一つの絵として統一感があるように見える、こういうまちなのではないかというふうに考えるようになりました。アンビバレント、両義性ですね。世田谷区というおしゃれな山手住宅のイメージの中で下町。そもそも関東大震災の時に浅草に住んでいる人たちが多くこの三軒茶屋に住み着いたということもあって、世田谷であっても下町であるとい

資料 2-26

三軒茶屋



- 多様性 ★★★★★
- 民主主義・ボトムアップ ★★★★★
- 孵化器としての機能 ★★★★★
- 集積性 ★★★★★
- ユニークさ ★★★★★
- アメニティ ★★★★★
- オーセンティシティ ★★★★★
- 寛容性・オープン ★★★★★
- 歩きやすさ ★★★★★

資料 2-27



資料 2-28

三軒茶屋の特徴① パッチワーク空間

- 壮絶なる空間の多様性
 - 面的な土地利用においても
 - 一つの建物においても
- さらに人々も多様
 - ただし、それらが融合しておらず、あたかもパッチワークのように分離しつつも、しかし一つの絵として統一されている




うことです。また三軒の茶屋、大山街道のお茶屋さんがあったわけです。そういう意味でおしゃれな、今で言うとな麻布のような場所が世田谷区にあって、周辺は農村だったということです。そういう意味でもアンビバレントであったということです。この写真もそうですけれども、極めてヒューマンな路地空間があるわけです。これに巨大の高速道路とかキャロットタワーみたいな、まるで映画のブレードランナーのようなこういう空間、混在性、こういうのがあるということです。ただ、先ほど、三浦さんのお話しでもありましたけれども、こういう酵母菌がうじゃうじゃいな所を否定するような再開発が今、計画されているというのが今後の三軒茶屋はどうかのなと思わせるところです。あとは分断と集積ということで、三軒茶屋という所は例えば自由が丘とかそのあと説明させていただく下北沢なんかと違って空間が大きく分断されているんですね。高速道路、三層の道路、246と高速道路の三層の巨大な構造物によってそもそも南北に分断されているだけではなくて、世田谷通りも結構大きな道路なので、そこでも、東西にも分断されている。それにも関わらず、3つに分断されていてもひとつひとつの集積が大きいんですね。それなりに集積の効果が発揮できているというのが三軒茶屋のすごいところかなと思います。ただ、公共空間のアメニティは劣悪に近いということを、ヨーロッパ人のダスティッドという探検隊員は話しておりました。公共空間とかアメニティに対して、都市デザイナーである彼は、非常に厳しく評価をしていました。

評価なんですけれども、確かに起業するチャンスは与えられている。タイ料理店とかインド料理店など、インド人、タイ人がずいぶん起業したりして、そういう意味でチャンスは与えられています。こまごまとした個店が多く開店する背景としては、こういう酵母菌の菌床として優れていると

資料 2-29

三軒茶屋の特徴② アンビバレント

- 世田谷区というお洒落な山手住宅のイメージの中で下町
- 三軒茶屋というお洒落の最先端と周辺の農村
- 極めてヒューマンな路地に、巨大な高速道路という構造物
- まるで映画『ブレードランナー』のような混在性
- しかし、その混在性を否定するかどうかのような再開発



高層ビルと定下のヒューマン・スケールの路地空間は混在しているが共存していない

資料 2-30

三軒茶屋の特徴③ 分断と集積

- 三軒茶屋の空間は、首都高速道路と世田谷通りで大きく3つに分断されてしまっているが、これら3つの集積が凄まじいので、これだけのダメージを受けても生き延びている。
- しかし、公共空間のアメニティは劣悪に近い。



資料 2-31

三軒茶屋の評価



- 起業するチャンスは与えられている。こまごまとした個店が多く開店する背景は、この三軒茶屋が酵母菌の床として優れていることを示唆している。しかし、再開発計画などでこの特長は脅かされている。

いうことを示唆しているのだと思います。ただ、その量的な観点からすると、自由が丘等これから紹介するほかのまちに比べると及ばないというような感じがします。

◆北千住

次に北千住です。北千住はまち歩きをして探検をすると相当優れているなということが見えてきたまちです。キーワードとしては蔵、宿場町、あふれだし、東京電機大学、千住宿、20の商店街、水戸街道、奥州街道、市民NPO、居酒屋、こういう言葉が出てきました。北千住もやはり自由が丘と似ているんですけども、地元によるまちづくりが非常に盛んです。自由が丘はどちらかと言うと地主でしたけれども、ここはまちづくり関連の市民NPOが非常に盛んに活動をしている所です。「街の駅」があるのでですけども、こういう所でいろいろ地元の企画をしたりとか、北千住を訪れた人にまち歩きの情報を提供したりとかそういうことをしています。あとはこの北千住は優れたインキュベーター機能というのが特徴として挙げられると思います。北千住発の商店、小売店、レストラン、こういうものが非常に多いと思います。

そしてそれら新しい価値を北千住の商店が創り出していると思います。サニーダイナーというハンバーガー店、これは最初は北千住で展開していたんですけども、今度六本木にも1軒できるみたいです。まだできていないんですけど近いうちに出店するという事で北千住発のグルメバーガーですね。それからキッチンエッグス、これはオムライス系ですけども、それからワンピース専門店の透明マニラ、これは洋服店、あとはパードランド、これはジャズバーなんですけれども、こういうものも作られたりして、こういうものが新しい価値を生み出して、北千住というのはやはり酵母菌を育てて発展、育成するそういう機能に優れているのではないかと思います。あ

資料 2-32

北千住

- 多様性
- 民主主義・ボトムアップ
- 孵化器としての機能
- 集積性
- ユニークさ
- アメニティ
- オーセンシティ
- 寛容性・オープン
- 歩きやすさ

★★★★☆

★★★★★

★★★★★

★★★★☆

★★★★★

★★★★☆

★★★★★

★★★★☆

★★★★☆



資料 2-33



資料 2-34

北千住の特徴① 地元による街づくり

- まちづくり関連の市民NPOが盛ん。「街の駅」など。
- 地元の企画による多くのフェスティバルが開催されている。
- 地元の住民などが街の情報を発信している。



とはオーセンティシティで歴史的蓄積があります。それから地理的ユニーク性ですね。半島みたいな所に位置づけされますので、地理的にもユニークであると。また、特に宿場だということもあって、先端的なトレンドを受け入れる寛容性、こういった点に秀でているんじゃないかなと思います。今回われわれのこういう調査をやる上で、いろいろ示唆を受けているアメリカの社会学者のシャロン・ズーキン、彼女はオーセンティシティというのは伝統的に古いものと時代の最先端に新しいものから構成されるとそういうふうに解説しておりますけれども、北千住はまさにこの条件を満たしているのではないかとというふうに考えられます。そういうことでわれわれの評価としてはこれも100点満点です。B級グルメ的だがおいしかったり、新しいスタイルの外食産業を多く輩出している。マスコミでの露出が意外にまだ少ない。今後やはり北千住は注目されるのではないかと、三浦さんも言われていますので、マスコミも今後は注目していくのではないかと思います。今の時点ではそれほどではないかもしれませんが、このまちの力量というのは相当なものがあるのではないかとというふうに考えられます。

◆ 赤羽

次は赤羽です。赤羽はこんな感じでユニークさの評価は高いけれども、ほかは評価がしにくい所です。赤羽は非常におもしろいまちで、今回われわれの探検隊員もどういふふうにこれを分析したらいいのか苦労したまちの一つです。キーワードとしていきなり「奇妙」です。ストレンジ、赤羽よう分からんですね。あとは馬鹿祭りですね。名前が本当に馬鹿祭りという祭りをしているんですけども、あとはまるます家さんですね。これは朝のり時から飲める居酒屋です。赤羽団地、カオス、丸真正宗、23区で唯一醸造所があるのも赤羽です。あとはアナーキー、どこでも寝るおじさん。

資料 2-35

北千住の特徴② 優れた孵化器機能

- 北千住発の商店、小売店が多い。そして、それら新しい価値をこの街に創出している。
 - サニー・ダイナー
 - キッチン・エッグス
 - 透明マニラ
 - パードランド など



資料 2-36

北千住の特徴③ オーセンティシティ

- 歴史的蓄積、地理的ユニーク性、先端的なトレンドを受け入れる寛容性…
- シャロン・ズーキンはオーセンティシティは「伝統的に古いものと時代の最先端の新しいものから構成される」。この条件を北千住は満たしている。



資料 2-37

北千住の評価



- B級グルメ的だが美味しかったり、新しいスタイルの外食産業を多く輩出している。
- マスコミでの露出が少ないので、注目されていないが、そのまちの力量は相当のもの。

資料 2-38

赤羽



- 多様性 ★★★★★
- 民主主義・ボトムアップ ★★★★★
- 孵化器としての機能 ★★★★★
- 集積性 ★★★★★
- ユニークさ ★★★★★
- アメニティ ★★★★★
- オーセンシティ ★★★★★
- 寛容性・オープン ★★★★★
- 歩きやすさ ★★★★★

赤羽を有名にしたのは東京都北区赤羽というマンガだと思うんですけど、そのマンガでしょっちゅうおじさんとかおばさんが街中で寝ているんですけども、実際にわれわれが探検していても本当におじさんが寝ているのを目撃できるんですね。なかなかすごいまちだなと思います。ユニークであるということですね。あとは赤羽の特徴なんですけれども、統一感のない混乱ですね。赤羽は非常に多様であると、しかしそれらが分離されておりしかも融和されていない。多様さではあるんですけども、多様さがそのまま魅力にはつながらないんだなというようなことを考えさせるまちです。あとは世間の価値観みたいなものを気にしない人が注目されているけれども、それはやはり民主主義と言うよりはアナーキーなまちなのではないかと、これはわれわれ探検隊員の意見なんですけれども、そういう印象を受けました。あとは内弁慶的なビジネスですね。赤羽というのは結構赤羽発の商品やお店があるわけです。そういう意味ではインキュベーターとしての機能というのは確実にあると思うんですけども、それは赤羽の外にまでなかなか展開するような傾向が見られない。先ほども北千住のサニーダイナーは今度六本木に店舗を出すという話をしました。店舗を出せばいい

資料 2-39



資料 2-40

赤羽の特徴① 統一感がない混乱

- 赤羽には多様なものがある。しかし、それらが分離されており、しかも融和されていない。多様さが魅力につながらない興味深いまち。
- 世間の価値観を気にしない人が注目されているが、それは民主主義というよりアナーキー。



資料 2-41

赤羽の特徴② 内弁慶なビジネス

- 赤羽には、赤羽発の商品やお店がある。孵化器としての機能はあるが、それを赤羽の外にまで展開しようとならない。
- 赤羽は、あたかも「赤羽国」として地域経済・地域文化が閉じているような、不思議なまちである。



いというわけではないですけれども、赤羽の場合は、例えば丸真正宗なんかは赤羽のイオンでも売っているんですね。でも赤羽から出ると全然買えない。あとはここはおでん屋で有名なのは丸健水産というところが有名ですけれども、丸健水産なんかは赤羽でしか買えないですよ。佃権（つくごん）とかああいうふうに展開しようという野望はまったくないような感じなんですよ。だからそういう意味では内弁慶的であたかも赤羽国として地域経済地域文化が閉じているような不思議なまちですね。あとは寛容、多様であるということですね。

他人のことを気にしないという不文律があるかのようだ。それが多様性と変な人、物をこのまちに生み出しているのではないかと。ハラルの店がすごく多いんですね。これは探検隊員が探してくれたんですけども、ハラルの店が多い。そういう意味でも寛容であるということが言えると思うんですけども、先ほども書きましたけれども、どこでも寝るおじさんが本当にいると。これもみんな気にしないで日常的な光景として平気で寝ているおじさんの横を歩いているわけです。そういうことから寛容だけどあまり気にしないということもあるかなと思います。朝から飲めるまるます家さんなんかままさにそうだと思います。赤羽の評価なんですけれども、酵母菌はいるということはわれわれの探検隊員のレポートなんかからも分かるんですけども、酵母菌があまりおいしいお酒を造る酵母菌じゃないんじゃないかと飲むと悪酔いをするようなそういうあまり良質ではないお酒を造るような酵母菌がいるまちなのではないかと、そういう形で整理させていただきました。

◆ 中野

次は中野です。中野もなかなかおもしろくて難しい所でした。孵化器としての機能は確実にあると。それからユニークではある。それからオーセ

資料 2-42

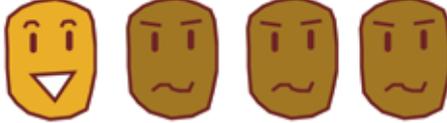
赤羽の特徴③ 寛容・多様

- 赤羽は他人のことを気にしない、という不文律があるかのようだ。それが多様性と変な人・ものをこのまちに生み出している。
 - ハラルの店
 - どこでも寝るおじさん
 - 朝から飲めるまるます屋



資料 2-43

赤羽の評価



- 酵母菌がいることは確かだが、悪酔いしそうな酵母菌のような印象を受ける。

資料 2-44

中野



• 多様性	★★★★☆
• 民主主義・ボトムアップ	★★★★☆
• 孵化器としての機能	★★★★★
• 集積性	★★★★☆
• ユニークさ	★★★★★
• アメニティ	★★★☆☆
• オーセンティシティ	★★★★★
• 寛容性・オープン	★★★★☆
• 歩きやすさ	★★★☆☆

ンティックでもあるということです。歩きやすさとかアメニティみたいなものは評価の低いまちでした。キーワード、まんだらけ、大勝軒ですね。大勝軒というと池袋のほうが有名ですが、1号店は中野ですね。サンモール、レンガ坂、立ち飲み屋、オタク、四季の森、中央線、中野ブロードウェイ、こういうところかなと思います。特徴の1、オタク文化醸造所ということです。ブロードウェイ、今では日本のサブカルチャーの聖地です。それからワールド会館、ブロードウェイのすぐそばにあるものですが、これも中野オタクカルチャーを象徴するようなテナントが入居している。サブカルチャーのコンテンツを創出するインキュベーターとしての傑出した機能を有しているということが分かりました。ただ、中野というのは中央線、中央線が万里の長城というかベルリンの壁みたいに大きく南北にこのまちを分断しているんですけども、さらに中野通りという比較的大きなバス通り、これが東西にも分離していて、中野というのは四つの区画に分かれてしまうんですけども、高密度に集積しているのは中野ブロードウェイ、サンモールがある北東ブロックのみなんです。要するに片翼飛行みたいなものだけでも、片翼が非常にパワフルなので、この集積で普通のまちを凌駕するような状況であるということですね。最近だと中野の四季の森という再開発ができたんですけども、この四季の森が中野の文脈と断絶しているということですね。こちら辺が非常に気になるというのが探検隊員のレポートなんかでも伺えたことなんですけれども、この新しく創られた空間と、いかにこれまでの中野のまちの文脈を融合させていくかというのが将来の中野の大きな課題になるのではないかとこのように考えられます。中野の評価にいきます。酵母菌がいることは確かなのですが、少しサブカル色の味わいが強いお酒を造る傾向があるということであってちょっと変わったまちであるというこ

資料 2-45



資料 2-46

中野の特徴① おたく文化醸造所

- ブロードウェイ・今では日本のサブカルチャーの聖地
- ワールド会館・中野オタクカルチャーを象徴するようなテナントが入居
- サブカルチャーのコンテンツを創出する孵化器としての傑出した機能



写真提供: 円山蒼月

資料 2-47

中野の特徴② 北東ブロックのみ

- 中野は中央線と中野通りで4区画に大きく分離されるが、高密度に集積しているのは北東ブロックのみ。
- ただし、北東ブロックだけで、普通のまちを遙かに凌駕する集積を誇っている片翼飛行。



とですね。ただ、インキュベーター機能は確実にあるということです。

◆ 下北沢

次は下北沢です。下北沢は良いまちであるというふうによく評価されていますけれども、実際探検隊員もすこぶる高い評価をしたまちです。キーワードとしては東京のグリニッジビレッジ、信号がない、サブカルチャー、古着、ライブハウス、カレー、本多劇場、ジャズバー、アーバンビレッジ、こういう言葉が出てくると思います。一つ大きな特徴としてはやはり東京のグリニッジビレッジ。東京のグリニッジビレッジというふうの下北沢を形容したのは、ニューヨークタイムズの記者は昔、ニューヨークのグリニッジビレッジに相当するのは下北沢だというふうに書いています。またイギリスでも東京のカムデンヤードという、これは旅行雑誌ですけれども書かれています。カムデンヤードとかグリニッジビレッジ、世界的にも有名なサブカルの都市だと思えます。サブカルのネイバーフッドですね。外国人から見るとやはり東京だと下北沢なんではないかと、極めて高く評価されている東京のネイバーフッドであるというのが特徴であると思います。

ニューヨークのマンハッタンのイーストビレッジなんか含まれると思いますけれども、それと下北沢の共通項としては多くの酵母菌や酵母菌候補が生息しているというところですね。一つ大きな特徴としては、下北沢は地元がまちづくりとかまちの経営、運営に携わっているということで、住民地元が企画したお祭り、イベントが多い。カレーフェスはことしてもう4年目か5年目ぐらいだと思います。今では相当大きな集客力があるお祭りにまで育っています。その他、カレーフェスとか下北音楽祭、Save the 下北沢、あとはイカ祭り。これは本当は5年10年ぐらいに地元が企画して実践したお祭りなんですけれども、地元でこういう

資料 2-48

中野の特徴③ 再開発との断絶

- 新しい再開発地区が、中野の文脈と断絶している
- この新しい空間と旧空間に融合させていくのか。これが将来の中野の大きな課題であろう



資料 2-49

中野の評価



- 酵母菌がいることは確かだが、ちょっとサブカル色の味わいが強いお酒をつくる傾向がある。

資料 2-50

下北沢



• 多様性	★★★★☆
• 民主主義・ボトムアップ	★★★★★
• 孵化器としての機能	★★★★★
• 集積性	★★★★★
• ユニークさ	★★★★★
• アメニティ	★★★★☆
• オーセンティシティ	★★★★★
• 寛容性・オープン	★★★★☆
• 歩きやすさ	★★★★★

資料 2-51



ことが頻繁にできるという環境があるということが言えると思います。ちょっとした自治国家、ギルドのようなコミュニティであるということです。

あとは信号、横断歩道がないということで、駅周辺には信号がない。逆に信号があると下北沢のそこは境界線かなと思わせるぐらい信号がなくて横断歩道もない。いわゆる本当に歩行者天国、面的な歩行者天国、こういうものが形成されていると考えられると思います。歩行者がこのまちでは王様であるということです。そういう条件もあって、極めてインキュベーター機能は優れているということです。ミニ劇場、ライブハウス、ビニールレコード店、昔のレコード屋ですね。古着屋等、一点特化の集積、そしてそれらのインキュベーター機能は傑出していると考えられます。

さらにビジネスだけではなく、人材もこのまちは育てているというところが特徴だと思います。下北沢の文化、これも100点満点なんですけれども、東京という都市をグローバル都市の仲間入りをする上での切り札なんじゃないかなと思います。民主主義的なコミュニティとか孵化器としての機能、孵化器の機能は確かにあるんですけども、競争は厳しいというふうには言われています。自由が丘のケーキ屋と同じように下北沢でうまくや

資料 2-52

下北沢の特徴① 東京のグリニッチ・ビレッジ

- 東京のグリニッチ・ビレッジ、東京のカムデンヤード・・・海外にて極めて高く評価される東京のネイバーフッド
- 共通項は多くの酵母菌や酵母菌候補が生息しているところ

資料 2-53

下北沢の特徴② ボトムアップ

- 下北沢は住民・地元が企画したお祭・イベントが多い。
 - カレーフェス
 - シモキタ音楽祭
 - Save the 下北沢
 - いか祭り など
- ちょっとした自治国家、ギルドのようなコミュニティである

資料 2-54

下北沢の特徴③ 信号・横断歩道がない

- 駅周辺に信号がない。横断歩道もない。いわゆる「ペDESTリアン・ブレスィンクト」が形成されている。
- 歩行者がここでは王様なのである。

資料 2-55

下北沢の特徴④ 優れた孵化機能

- ミニ劇場、ライブハウス、ビニールレコード店、古着屋等…一点特化の集積、そして、それらのインキュベーター機能は傑出している。
- さらにビジネスだけでなく、人材もこのマチは育てている。



ればどこでもうまくできると、そういう厳しさはありますけれども、チャンスを与えるという点ではそういう役割を果たしているのではないかと思います。あとはアメニティの良さです。こういうのはグリニッジビレッジとも対等に勝負できるまちであると考えられます。

◆ 蒲田

次は蒲田です。蒲田もたいへんおもしろいまちで、またなかなか難しいまちでありましたけれども、キーワードとしてはリトルアジア、羽根付き餃子発祥の地、とんかつの集積も高いですね。自転車、ヒューマンスケール、キネマの都、バーボンロード、ばらばらの区画、交通結節点、こういうキーワードが挙がってきます。特徴の一つとしては、東と西で個性が非常に違うということです。京浜東北線もこれも本当に万里の長城的に蒲田というまちを大きく東西に分断してしまうんですけども、これでまったく違う個性のまちを作り出しているということです。これは多くの探検隊員が指摘したことですけれども、西側がヒューマンスケールと集積が魅力のまち、西側はこんな感じですね。東側は大規模開発とか既存の商店街と不協和音を発している調和が見いだせないまちで、みんな異口同音に西側はOK、な

資料 2-56

下北沢の評価



- 東京という都市を、グローバル都市の仲間入りをするうえでの切り札。その民主主義的なコミュニティ、孵化器としての機能、アメニティはグリニッジ・ビレッジとも対等で勝負できる。

資料 2-57

蒲田



• 多様性	★★★★☆
• 民主主義・ボトムアップ	★★★★☆
• 孵化器としての機能	★★★★★
• 集積性	★★★★☆
• ユニークさ	★★★★★
• アメニティ	★★★★☆
• オーセンシティ	★★★★☆
• 寛容性・オープン	★★★★★
• 歩きやすさ	★★★★☆

資料 2-58

蒲田

資料 2-59

蒲田の特徴① 東と西で違う個性

- 京浜東北線によって、東西に分断され、まったく違う個性のまちをつくりだしている。
 - 西側はヒューマン・スケールと集積が魅力的なまち
 - 東側は大規模開発とが既存の商店街と不協和音を発している調和が見出せないまち



資料 2-60

蒲田の特徴② リトル・アジア

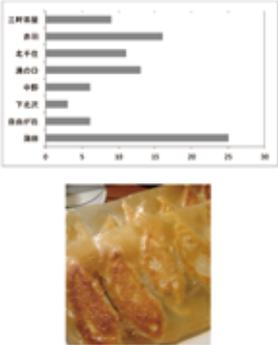
- まちの雰囲気はユルく、寛容である。
- アジアの人達が多く生活し、共生している。
- 彼らの活動が、このまちにオリジナルでユニークなテイストを加えてきている。



資料 2-61

蒲田の特徴③ インキュベーター

- 広く門戸を開き、チャンスを与えるまち。
- 羽根つき餃子ニイハオのように、マイノリティにチャンスを与えて、成功をもたらす機会を提供している。
- そして、それが「餃子のまち蒲田」というブランドをつくりだした。
- ユザワヤを大きくしたのもこのまちだ。



かなかいと。東側は今一つという評価をしていました。あとはリトルアジアですね。まちの雰囲気は緩くて寛容である。アジアの人たちが多く生活し共生している。彼らの活動がこのまちのオリジナルでユニークなテイストを加えてきている。何しろ探検隊員には、韓国の申さんがいましたので、どんどん韓国系の人などにも取材をしていただいたので、どうやって彼らがこういうまちで住まう、なぜ蒲田に住んで生活するようになったのかをレポートしてもらったんですけども、一つ象徴的なのがこのニイハオという羽根付き餃子第1号店です。ここでニイハオは羽根付き餃子で成功したあと、この似たような中華料理店、どんどん中国から、残留孤児の方なんですけれども、親戚等を呼び込んで店舗を展開していったということですね。今だから蒲田の駅前の餃子の集積は宇都宮駅と数的にはほとんど同じですね。東京ではもちろんダントツ一番で、蒲田を八つのまちと比較したんですけども、これは餃子屋の数ですけども、蒲田がダントツですね。2番が赤羽なんですけれども、ほとんど、6割ぐらいですよ。下北沢の餃子店はほとんどないですから、このグラフを見てもいかに蒲田に餃子店集積しているかということが分かるかと思います。そういう意味でもインキュベーターの機能はあると思います。そ

資料 2-62

蒲田の評価



- 都市の酵母菌を育てる機能をしっかりと有している。しかし、酵母菌がつくっているのは日本酒というよりかは、老酒やマッコリだったりする。

ういう意味で都市の酵母菌を育てる機能というのはしっかりと有しているんですけども、ただちょっと、酵母菌が造っているのは日本酒と言うよりはマッコリとか老酒だったりちょっと違うお酒を造っているかなと、そういう印象は受けますね。

◆ 溝の口

最後に溝の口です。溝の口はこの星を見ていただいても分かるように探検隊全員がだめ出しを出したまちです。最初調査をやるときは溝の口もなかなか魅力があるんだろうと思ったんですけども、探検したら全然魅力がないということが分かってしまって、溝の口に住んでいる方がいらっしゃったら不愉快になるかもしれないと申し訳ないんですけども、私というより探検隊員の総合評価ということで見ていただければと思います。キーワードとしましては、消費のランドスケープ、郊外的空間、立ち飲み屋、昭和レトロ、工場跡地、大山街道、ペDESTリアンデッキ、企業空間、無個性、こういうのが出てきました。溝の口駅自体はつくられたのは北沢と同じ開業なんですね。そういう意味では別に歴史が浅いわけではないんですけども、同じ東京10km～20km圏でも多摩川を越えると圧倒的に郊外であるということが見えてきました。消費機会は十分に提供されているけれども、都市が有する新しい経済的価値を生み出すような機能、またボトムアップ的にコミュニティを作り上げる力の不足というものが感じられました。圧倒的に企業空間であり、企業の大資本主義による都市開発の隙間に先ほどの三浦展先生のお話からも隙間という説明がありましたけれども、この隙間が少ないんですね。このアスファルトの割れ目から生える雑草のように、基本的には個人店がほそぼそとビジネスの機会を探って1階のビルとかマンションとかに立地する、そういうような状況のまちです。探検中、私はマンションを探しているふりをして不動産会社にまちな魅

資料 2-63

溝の口



• 多様性	★★★★☆
• 民主主義・ボトムアップ	★★★★☆
• 孵化器としての機能	★★★★☆
• 集積性	★★★★☆
• ユニークさ	★★★★☆
• アメニティ	★★★★☆
• オーセンティシティ	★★★★☆
• 寛容性・オープン	★★★★☆
• 歩きやすさ	★★★★☆

資料 2-64



資料 2-65

溝の口の特徴① 圧倒的に郊外

- 消費機会は十分に提供されているが、都市が有する新しい経済的価値を生み出す機能、また、ボトムアップ的にコミュニティをつくりあげる力の不足が感じられる。



資料 2-66

溝の口の特徴② 圧倒的な企業空間

- 企業の大資本主義による都市開発の隙間に、アスファルトの割れ目から生える雑草のように、個人店が細々とビジネスの機会を探っているようなマチ。
- 不動産会社が、「このマチには商店街がありません」とセールストークで言うマチ。



力の取材をしました。「商店街はありますか」って聞いたら、「このまちには商店街はありません」って非常にポジティブに言われたんですね。「買い物はどうするんですか」と聞いたら、「スーパーもあるし完璧です」と言われて、違和感を覚えたんですけれども、商店街がないというのがセールストークになっているところが溝の口の難しいところかと思います。というのは商店街がインキュベーター的な役割を担うと思うんです。もう一つ、溝の口と言いますと一橋大の教授でマイク・モラスキーさんが「呑めば、都」という名著を書かれていますけれども、彼の最初に紹介する飲み屋が溝の口のバラック飲み屋なんですね。ただ、バラック飲み屋で本当にオーセンティックなのは、3軒くらいで、ほかは結構本物のようなふりをした大資本の居酒屋であるということで、こういうオーセンティシティをちゃんと作ろうみたいな努力が、返って、誠実ではないまちづくりみたいになってしまったと思います。記号化している。記号の消費、本物の消費のチャンスがあるにも関わらず、記号消費でまちづくりをしてしまうというところがあると思います。

あとは劣悪な歩行環境で、歩行者が自由に安全に移動できるような空間が極めて少ないと。そこ

資料 2-67

溝の口の特徴③ オーセンティシティ？

- マイク・モラフスキーが絶賛する西口のバラック飲み屋街。
- しかし、「本物」の中につくられた偽物の昭和レトロ居酒屋。



資料 2-68

溝の口の特徴④ 劣悪な歩行環境

- 歩行者が自由に、安全に移動できる空間が極めて少ない。
- そこにあるのは決められた動線か、危険な歩行空間である。
- 誘導され規制された歩行活動を前提とする都市において、偶発的な人の出会いは期待できない。



資料 2-69

溝の口の評価



- 酵母菌が醸成する確率は低い。酵母菌自体は見つかったが、商店街にはなく、家やマンションの1階。酵母菌を育てる都市機能はほぼゼロに近い。

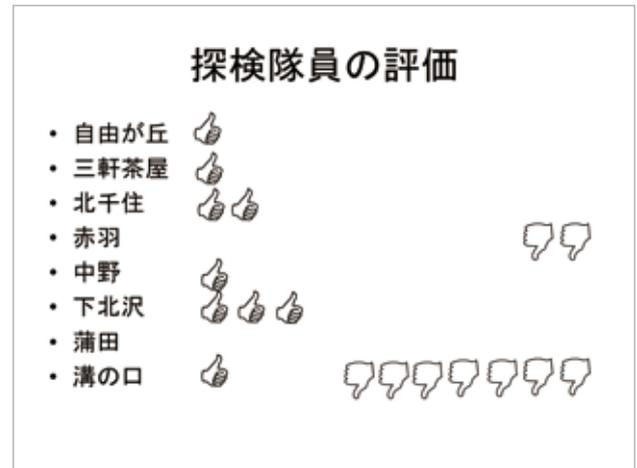
にあるのは決められた導線か危険な歩行空間、どこを歩いていいか分からないみたいな感じですね。こういう形で歩行環境が悪いというのも溝の口の特徴だと思います。それで、インキュベーター的な機能としては非常に悪くなってしまって、酵母菌が醸成する確率はなかなか難しいなと思います。私はとにかく探検隊員は極めて優秀なので、酵母菌や酵母みたいなものは見つかったんですけども、この人たちは商店街には住めなくて、商店街はないに近いですから、家やマンションの1階でいろいろやっていたりするんです。だから酵母菌を育てる都市機能はほぼゼロに近いけれども、酵母菌は存在はするということが分かりました。

それで八つのまちを探検隊員に評価してもらったのがこの表です。親指が立っているのがなかなかいいぞという感じですね。これは1探検隊員1評価なんで、こんなふうになっています。

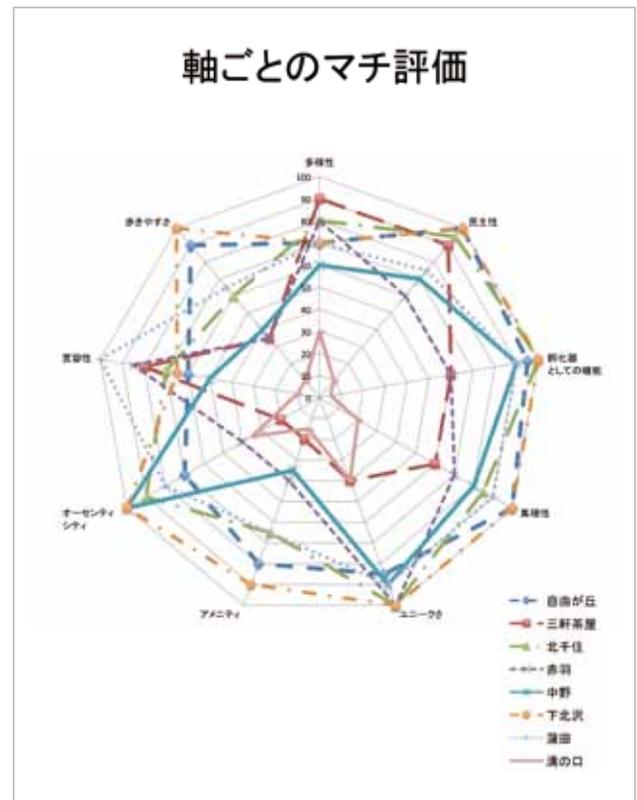
逆にだめだぞというのが親指を下げているんですけども、溝の口が非常にだめ出しをされていて、この赤羽の二人も溝の口に行っていない二人なので、この二人も溝の口に行ったらどうなったのかなというところはちょっとあるんですけども、溝の口一人親指を上げていますが、彼は非常に観察眼が鋭い探検隊員なので、われわれ凡人が見えないような価値を見いだしてくれているんですけども、おおまかに言うところこの感じの評価が下されています。これは結構おもしろい結果になったと思いますけれども、インキュベーター的な要素はあまりないという所です。あと軸ごとのまち評価も、ちょっと見えにくいグラフで申し訳ないんですけども、九つの指標で八つのまちをレーザーチャートで整理したものです。

最後まとめにさせていただきますけれども、問題提起にもなりますけれども、東京の近郊におけるまちの魅力というのは多様性、ボトムアップ、インキュベーター機能にあるというふうに考えられます。これは三浦展さんが問題提起されたところ

資料 2-70



資料 2-71



ろとかぶるのではないかと思いますけれども、再開発事業においてはこれがなかなかつくることができていないという課題があると思います。企業レベルでの経済的な効果を追求し過ぎてまちの魅力を削いでいるということ、やはりこれは現実として、先ほども70年間、人が住みたいまちをつくれなかったという話がありましたが、このことを自覚して、それで新しいまちづくり、再開発の在り方をこれから検討していくことが必要なのではないかと思います。

これで時間ですので私の報告は以上で終わりにしたいと思います。どうもご清聴ありがとうございました。

資料 2-72

まとめ(問題提起)

- 東京の近郊におけるまちの魅力は、その多様性、ボトムアップ、インキュベーター機能にある。
- これらは再開発事業においては、つくることができない。
- 企業レベルでの経済的な効果を追求することで、まちの魅力を削いでいることを自覚することの必要性を本探検の結果は訴えている。

《パネルディスカッション》

都市の魅力とは



服部 圭郎

コーディネーター



石田 祐也



水嶋 敦



榎本 元

司会

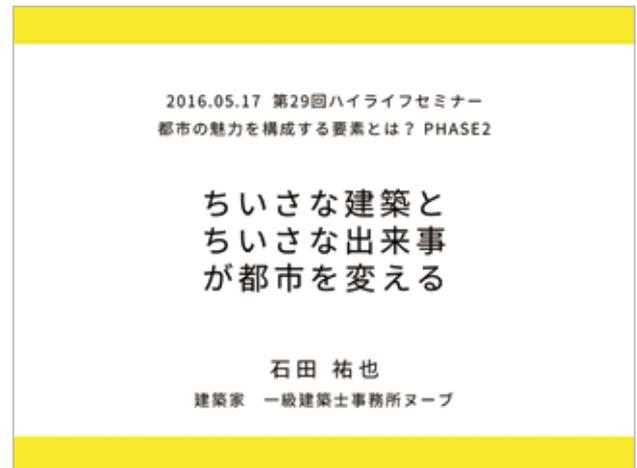
第3部では、まず、ご登壇いただきましたそれぞれの先生方にプレゼンテーションをいただき、後半のパネルディスカッションに入りたいと思います。お一人目として都市酵母探検隊にご参加いただきました石田さまにお願いしたいと思います。よろしくお願いたします。

...

石田

石田祐也です。よろしくお願いたします。私は建築家なんですけれども、まだ駆け出しの無名な建築家なものですから、自己紹介させていただきます。東大の建築を出まして、太田浩史研究室にいたんですけども、その太田がやっている建築事務所に入りまして現在は少しづつではありますけれども個人のプロジェクトもやり始めているというところです。私はそもそも都市というものが好きなんです。生まれが三重県の日南市という所で、山を切り開いてできたような新興住宅地で生まれて暮らしていました。日南市のまちは、ロードサイドショップが並んでいわゆる全国どこでも見か

資料 3-1



資料 3-2



けるようなまちだと思わなくても、とにかく人が歩かないわけです。車を店の入口の1メートル近くでも付けたいとそういう文化なわけなんです。なので、東京に来たときに、単純に人の多さというのに驚いたと言うよりも歩行者、歩いている人がものすごく多いというような印象でした。ですからそういう場所で生まれ育った反発からかもしれませんけれども、歩行者空間に対する意識がすごく高くなっています。

実際のプロジェクトでも歩行者のことを第一に考えて設計しています。これはAGCスタジオという所で展示の設計をさせてもらったときなんですけれども、太田がこの奥のガラスの階段を作って、その完成を祝した展示会をやるから、石田、展示をやれというのでこういう展示什器を作ったわけです。これはガラスと磁石だけで構成した什器なんですけれども、テーブル状になっていて、この天板に直接、ガラスに直接プリントをして、外から見るとこの天板自体が、情報だけがふわふわと浮いているように見える設計になっています。先ほどのガラスの階段というのがテーマが浮遊感だったもので、この展示什器でも浮遊感というのが外からも感じられると楽しいのではないかとこのように設計しました。

あとは、これはまさに現場管理中なんですけれども、福島県のあるまちでコミュニティセンター、自治会館というものを造っています。これはこの前を走る道が旧奥州街道になるんですけれども、昔は街道沿いなので栄えていたわけなんですけれども、今は車通りはありますけれども、歩行者が本当に少ないまちで、その街道沿いに歴史産業遺構物を改築したようなカフェだったり、酒蔵のリノベーションだったりとか、あとはここは津波の被害はありませんでしたけれども、地震で被害が出た所なので、それに合わせて復興公営住宅、今、避難生活を余儀なくされている人のための住宅というものができています。これがその街道沿いに建つ

資料3-3



資料3-4



資料3-5



資料3-6



ということで新しく、木造なんですけれども新しいチャレンジな木造の建物を造るのがいいんじゃないかということで、今われわれでは木造と鉄骨を組み合わせた屋根を作って、木を感じながらもチャレンジなことをやっているわけです。この屋根の下では8メートルの長いテーブルを作ったんですけれども、ここで普段は、ランチの時にはこの近くで働いている人とか、あるいはお母さん方がここにレンジと冷蔵庫、コンロもあるのでお湯も出せて、氷もあるのでお茶だったりコーヒーだったり、あとはお弁当とかを温められるんですね。なのでランチに普段使いしてもらおうと。あとはここは自治会館なので、震災時にはここが福祉避難所になるんですね。避難所になるということはここが炊き出し場所になるので、普段使いしてもらおうと避難生活の時の練習を普段からやっておいてもらえるんじゃないかという意味で象徴的な長いテーブルを置いたというところなんです。

自己紹介はこれぐらいにしまして、私にとって「都市の魅力」とはと言うと、人や情報、文化との出会いが活発に行われたり、時には一人で佇むことができる、要は多様な居方（いかた）ができる場所なのではないか考えます。先ほど挙げた私のふるさとである四日市のロードサイド、ショップが並ぶような風景というのは都市ではないと。ここは先ほど服部先生の話にもあった赤羽の丸健水産の前ですが、こういう風景というのが私は魅力的なまちだなと思うわけです。

2010年まで原宿の神宮前交差点ですね。明治通りと表参道の交差点にGAPがありました。その前は原宿アパートメントというクリエイターとかメディア関係の人が集まるような住宅と、あとは1階に喫茶店が入っていてサロンのような場所だったんですけれども、そこに2012年、東急プラザという新しい立派な建築ができました。私はこのGAPを高く評価したいと思っています。それはなぜかと言いますと、GAPの入口の足元に、エント

資料3-7



資料3-8



資料3-9



資料3-10



ランスに向かって階段があったんですね。そここ
 ういうふうには腰掛けて話し込んでいる人だつたりとか、待ち合わせに使う人とか、あとはここは美容院がすごく多いのでモデルハンティングをしている人とか、あとはストリートスナップ、雑誌のカメラマンがいるので雑誌に載りたい人たちがおしゃれをしてこちら辺でうろうろしているわけです。それが一種の独特な文化をこの階段の前の空間で創り出していたわけです。この建て替えによって独特なファッション文化を創り出していたという空間から、ファッションを消費する空間に変わっていったのではないかと考えます。

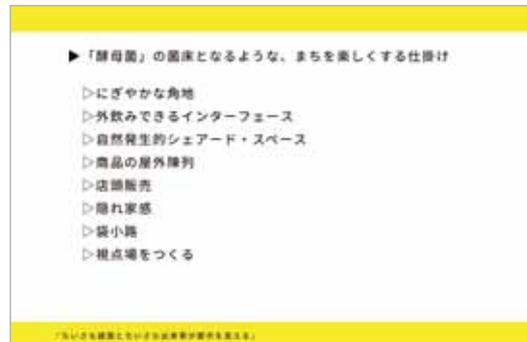
商業を考えると容積率いっぱい建てたいというので足元もなるべくなくして、ショーウィンドウと入口があるだけなので、こういった空間（エントランスに向かった階段）というのがなかなか作りにくいわけですが、こういう空間を無視してはいけい
 ではないかと思ひます。その様な歩行者空間が楽しいまちを今回見て回ったところ、少しずつ見つけることができたので、今後の都市開発や都市デザインの言語となるようなキーワードを挙げさせてもらいました。

まず賑やかな角地なんですけれども、これはなぜか赤羽に多く見られました。これは先ほどもお見せした丸健水産なんですけれども、これも角地に建っているわけです。システムはこのレジ前でおでんの種とお酒を注文して、この2面にカウンターが並んでいるんですけれども、そこに、空いているカウンターに立って飲む。あとは赤羽の例で、このまるます家も角地なんです。これはこの角を回り込んだ店構えがかなり印象的なんですけれども、この角のすみ切りの所でうなぎの店頭販売をしていて、ここが、このときはちょっと人が少ないんですけれども、行列になっていることがよくあります。なぜ角地かと言うと、角地が栄えていると、なんだあれと、ちょっと覗いて見ようかというのが、単純に四方の道から発見しやすいわけです。そうすると単純に賑わいが

資料3-11



資料3-12



資料3-13



資料3-14

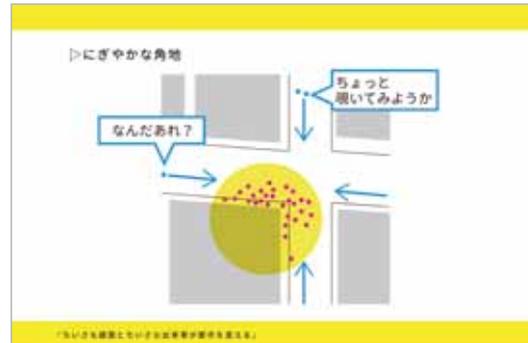


出ているように見せられるというか、それが効率的にまちの中に生み出せるわけです。そういう意味で言うと角地を賑わせることができるとそのまちも効率よく賑わいを生み出せるんじゃないかというので、これも赤羽の例なんですけれども、すずらん通りという赤羽の東口を行った商店街の中で見つけた八百屋さんなんです、野菜が店の前を囲んでいます。野菜を選ぶときは吟味して選びますよね。そうすると人が滞在して賑わっているように見える、これもまた効果的な使い方です。

これは溝の口西口の商店街のY字路に、三角形の建物の二辺を完全に開放してそこに野菜を置いています。ここはすごく道が狭いので暗いんですけども、そのハンディキャップを解消する一石二鳥的な賑わいを生み出しながらちょっと開放性も出すという仕掛けだと思うのです。そういう角地を賑わせる、楽しくすることで歩行者空間、道というのが楽しげに見えるということになります。この隣に焼き鳥屋さんがあるんですけども、ここもちょっとおもしろくて、こういうふうに戸を完全に開放することで、どこが外だか中だか分からないまま飲めるということになります。ここにテレビがあって、それを囲むようにV字にカウンターが並んでいて、そこで飲むんですね。電車とかでもよく使っていますけれども、広告があると、動いているものがあるとそこを見て一人でも退屈せずにいられるというので、ここは割と一見（いちげん）さんでもすっと入ってテレビを見ながら飲めるというので、結構繁盛しているみたいです。

またこれも赤羽になるんですけども、こういうふうにやはり外で飲める空間というのがすごく赤羽には多いわけです。赤羽の駅を下りると本当に人が多いなと思うのは、やはり外飲みする文化がすごく育っているわけですね。中で飲まずに外で飲みたい人が多い。こちらのこの右側の写真はシステムがおもしろいんですけども、ご夫婦でやられている焼き鳥屋さんで、おやじさんが焼き鳥を焼き始めて、

資料3-15



資料3-16



資料3-17



資料3-18



焼き終わって前のバットに出すと、お客さんがどこからともなくやってきて、すっと串を取るんですね。食べて、食べた串は自分で持っていて、満足するとその串をおばさんに渡してお会計というシステムがあって、ここはお酒の持ち込みも禁止なんで、みんな無言でむしゃむしゃ食べているんですけども、その光景がなかなかおもしろかったりするんです。

これは外飲みというか外でコーヒーを飲むということですけども、これは下北沢のとある路地にあるカフェでして、ここでちょっと興味深いのは、普通、店先にテラス席を設けることはありますけれども、道を挟んだ向こう側のしかもこれは敷地外ですから、完全に違法なんですけれども、ここにテラス席を設けている。これは下北沢の道路というものが車の優先度がすごく低いことを意味しています。先ほど服部先生の話にもあったとおり、歩行者が王様なわけで、歩行者専用道路ではないにせよ、歩行者がすごく優先される道路なんです。これも下北沢の道で、私は自然発生的シェアードスペースと謳ったのですけれども、人が道路の真ん中を歩いて、車の気配を感じてやっと初めて端に寄るということが成り立っているわけです。ですからここに入ってくる車も徐行して入って来ざるを得ないわけです。もともとシェアードスペースというのは1980年代にオランダで提唱された都市デザイン理論、概念なんですけれども、信号だったり、横断歩道だったりあとは中央線とかをまったくなくすことで逆に歩行者と車の自主性を高めることにより、車の速度が落ちて安全性が担保されるという考え方です。ヨーロッパでは実験的に何都市かで行われていたりします。最近ですと日本の京都でも実験していましたけれども、そういう考え方というのが本当は歩道と車道に段差があったりとか白線が引いてあったりとかして歩車分離というというのが一般的なんですけれども、シェアードスペースというのは歩車共存であるという空間の考え方で、下北沢ではこの考え方が自然に広がっていったという点がおもしろいと思います。

資料3-19



資料3-20



資料3-21



資料3-22

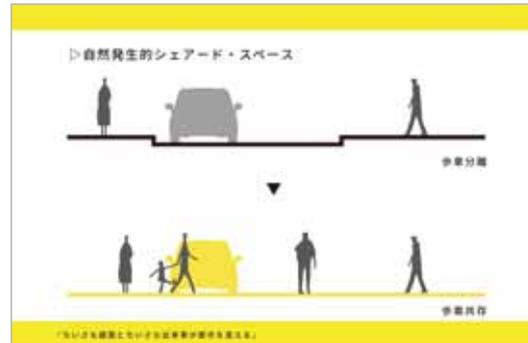


これも白線こそありますけれども、段差がないので当たり前真ん中を歩くわけですね。やはり車が来て初めて端にどく。そういう歩行者空間、ストリート文化というのがすごく豊かに育っているというのが下北沢の特徴なんです。その下北沢のように歩行者空間の豊かな場所になるとどうということが起きるかと言いますと、こういった商品を屋外に並べたりとか、これもそうですね。改めて見ると割と不思議な光景で、まちが服とか本とかを着飾っているような不思議な光景に見えてきます。あるいはこういう店頭販売のお店も増えてきます。ここはちょうど探検したのが2月ごろだと思うんですけど、ちょうど1月ぐらいにもともと古着屋だったんですけども、古着屋の一角にカフェをオープンさせて、店外でもコーヒーを売っている。こういうふうにももちろん外からも買えて、テイクアウトもできるんですけども、なかなか服屋とカフェのかけ算というのはなかったと思うんですけども、そういう新しいカフェ形態というのもこの下北沢で生まれています。

こういう店頭販売は下北沢以外に北千住で見つけました。柳原千草通りの地元密着型の商店街なんですけれども、ここは幅員が3メートルぐらいしかなく、なかなか車は入ってこないんですけど、こういうふう到店頭販売をする、看板娘と言うには年寄っているおばあちゃんが立って、お客さんとのコミュニケーションが活発なんです。それはなぜかと言うと、この3メートルというスケール感もあまっているのではないかと思います。実際に私もこのハムカツを買ってここで食べ歩きをしているところを話しかけられたりしたので、割とこの北千住の千草通りというのはホスピタリティのある空間になっているのではないかと思います。

歩行者空間で言うと袋小路というのもあります。袋小路は、道自体はクローズドなのである程度建築の工夫をすればオープン過ぎずクローズド過ぎずという空間が作りやすいわけですね。ここは下北沢ですが、ここも袋小路の中にカフェ、カレー屋さんなど

資料 3-23



資料 3-24



資料 3-25



資料 3-26



があります。逆にクローズにすると、子どもの遊び場だったりとかあとは何か入りにくいけど多分こだわりの店があるんだろうみたいなことを、閉鎖感もあるんだけど魅力的に見えるわけです。それを私は「隠れ家感」と謳ったわけですが、これは自由が丘のキャバレーとかクラブ、キャバクラとかが入居している雑居ビル。これは中野ブロードウェイの近くにある雑居ビル、ワールド会館ですが、ここにはブロードウェイのオタク文化というのがさらに凝縮したようなテナントが入っています。この様に、ある種の都市の逃げ場みたいなものがあると、多様な居方ができるというのが都市の魅力になり、魅力的な都市になるには必要不可欠な要素なんじゃないかと思えます。

最後に視点場を作る。これは自由が丘で見つけた光景ですが、このガードレールに腰掛けて、見ている先には電車しかないんですけども、何か動いているものがあると人はそこが居心地よく感じるわけです。あるいはこの北千住の東京電機大、槇文彦先生が設計したのですが、この交通広場に向かって長いベンチを敷くことで、ここをタクシーとかバスがずっと動いていますから、ここに一人でいてもあまり気まずくないのです。

そういう視点場を作るという意味で言うと、その最長のものとしては、まち全体を見渡すということも大事なことで、これは三軒茶屋のある雑居ビルのバルコニーにあるカフェなんですけれども、ここに上ると再開発でつぶれてしまう、三角地帯など三軒茶屋全体を見渡すことができる。こういうふうなまちを見返す場所があるとまちに愛着も生まれるし、まちをもうちょっと知ろうという気持ちが芽生えるのではないかということで、こういうものもデザイン言語として重要なことなのではないかと思えます。

最後になりますが、これまで掲げたデザイン言語というか都市の魅力を創るための仕掛けというのは、全部人の振る舞いに応じた、適応した

資料3-27



資料3-28



資料3-29



資料3-30



ファクターですので、必ずしもこれまでの従来の都市開発の考え方とは相反するかもしれませんが、こういったものが今回の酵母菌という観点から言うと重要な、大事な要素だったのではないかと思います。ご清聴ありがとうございました。

司会

石田さまありがとうございました。続きまして、ハイライフ研究所のホームページの「まちのエキスパートヒアリング」にご登場いただいております水嶋さま、お願いいたします。

...

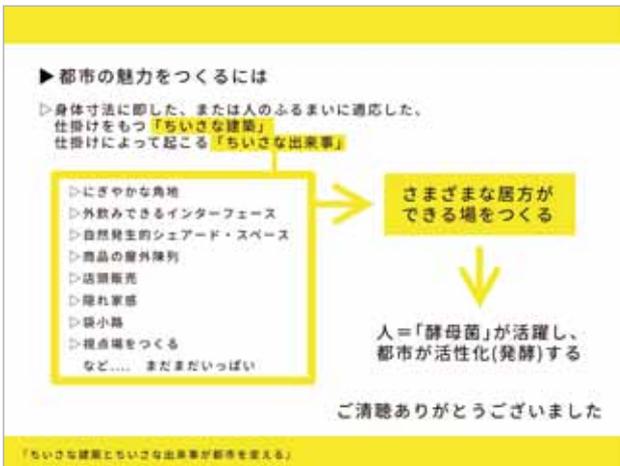
水嶋

水嶋でございます。ちょっと画面を出している間に自己紹介をさせていただきます。私が今いるところは自由学園と申しまして、あまり有名な学校ではないんですけども、目白にフランク・ロイド・ライトが建てた明日館（みょうにちかん）というそちらの建物のほうが有名で、私が今行っているキャンパスは西武池袋線のひばりヶ丘という駅から10分ほどの所なんですけれども、後樂園の2倍ぐらいの森みたいなキャンパスの中に幼稚園から大学まである一貫校に勤めています。その最高学部と名前を聞くと何だろうと思うかもしれませんが、幼稚園からあるので一番上ということで最高学部ということで大学部を意味しています。その中で去年の4月から常勤で毎日通っております。その前は東急総合研究所というシンクタンクにおりまして、こちらあまり表で発表することは少ないので、東急というのはご存じでしょうけれども、その研究所発の情報というのはあまり世の中に発表しておりませんので、あまり知られることがないと思うのですが東急グループのシンクタンクでありまして、主に東急グループの場合には電鉄グループと東急不動産グループというのがありまして、連結決算が別なんです。東急総合研究所は東急電鉄グループのほうの直系の所属でありまして、電鉄が主体とするいわゆる開発事業というところ及び交通事業というところをサポートしていくというようなことをやっておりました。私が主に担当しておりましたのが、交通事業と沿線と言うんですけれども、東急線が通っている沿線に関することと、最近では渋谷の再開発というのが非常に多かったんですけども、そういった点についてのデータのサポートというのをやっておりました。私はもともとマーケティングが主たる専門分野でありますので、マーケティングでそういうことをやっていたんですけども、きょう

資料 3-31



資料 3-32

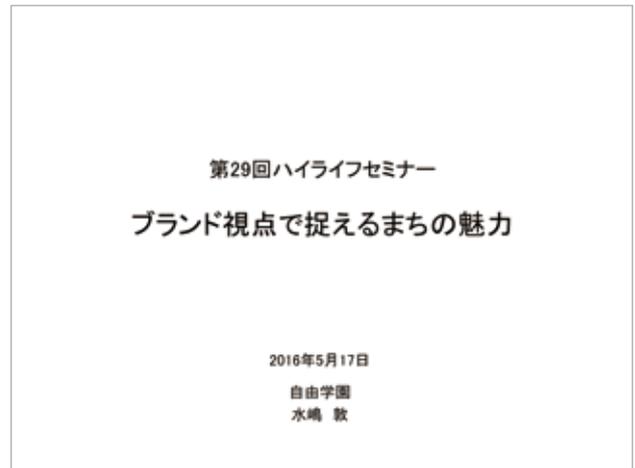


はマーケティング及びブランド視点からまちの魅力というものを分解して見ていくということをお話ししたいと思います。

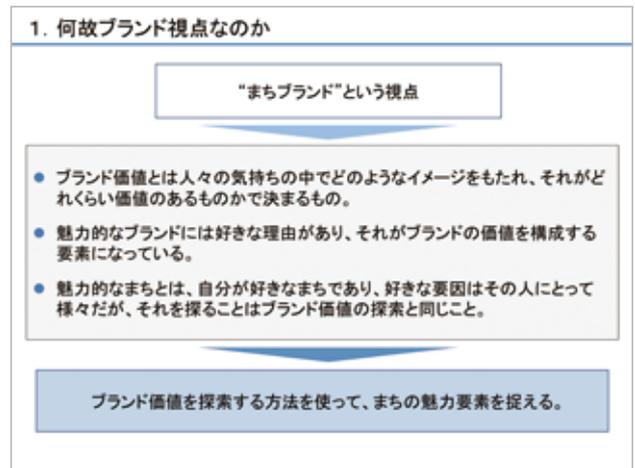
最初にブランド視点というところから見ていきたいと思います。なぜブランド視点が使えらるんだろかということをご説明したのちにまちの魅力の構造というのをブランド的に分解していくとこんな構造になるのではないかということをお話しして、フィールドワークをされた八つのまちの中に四つ東急沿線のまちが含まれておりましたので、それを具体的に分解してみるとこうなるのではないかということ、今までの私の知見とそれから探検隊の情報を加味しましてまとめて分析したいと思います。

まちブランドと言うことはあまり聞き慣れないと思うんですけども、東急の中にいますとまちもブランドで捉えようという非常に話が通りやすくなるという、そういう風土がありまして、やはりブランドとしてどう発展させるのかというのを交通事業主体のデベロッパーの考え方としては割と話がしやすいんです。そういう意味ではブランドというのはよく私は使っていたんですけども、もともとブランド価値というのは人々の気持ちの中でどうイメージを持たれているのか。それがどれだけの価値があるのかということですから、それを魅力的なブランドと言うからには好きな理由があって、その価値を構成する要素が必ずあるわけでありまして。従って、魅力的なまちというのは自分が好きなまちで、好きな要因というのも人にとってはさまざまですけども、それを探るということが一つの価値を分解していくことになるだろうと、こういうふうと考えてみたわけです。従って、まちの魅力要素というのはこのアプローチでやってみるといかなものかなということ、こんな構造モデルと言いますか、こういうものを以前研究所にいたときは使っていましたが、やはり最終的にはデベロッパー側からしますと、住んでみる、要するにまちを訪れたい。究極的に

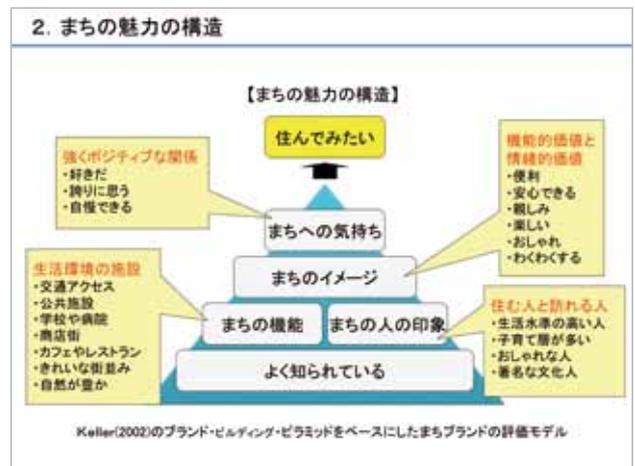
資料 3-33



資料 3-34



資料 3-35



は住んでみたい、住み続けたいというふうにしてもらうのが一番いいわけでありまして、住んでみたいという気持ちになるには、まちへの気持ちというのがこれは具体的に言いますと好きになってもらうということなんですけれども、その気持ちの源泉というのはまちのイメージであり、このイメージを構成するのはまちの機能で、もうひとつはまちの人の印象ということではないかと思えます。一番ベースにあるのはそのまちがよく知られている。よくあるんですけれども、インタビューとかしますと、例えば自由が丘に住んでいる人に「住んでいてどういう気持ちですか」とインタビューしますと、人にどこに住んでいるのと聞かれて、自由が丘と言うと良いところに住んでいるねと言われるものすごく気持ちいいんです。だからある部分自慢したいというのはあるんですね。あるいはほめられたいというのがまちへの気持ちとしてありますから、まずは、知られているということがない限りはそこまでとり着かないということがどうもあるようです。これは理論的にはいわゆるブランドの研究者のモデルをベースにしてこういうものをアレンジしてよく使っているんですけれども、こういうモデルを基本にして少し分解してみるとどうなのかなということです。その前に今申し上げたことを一度まとめます。好きだとか、イメージというのは機能的な側面と情緒的な側面というのがあります。それからまちの人の印象は住む人だけではなくてそのまちを訪れる人、それから機能は生活環境の施設ということです。

本日のテーマであります酵母菌と菌床ということについて、それとの関係を少し説明したいと思います。まちの人の印象というのは、これはまちのイメージというのはその人のイメージというのがすごく大きいんじゃないかというふうに僕は捉えているんですね。例えば二子玉川にいるミセスと、たまプラーザにいるミセス、なんとなく皆さん思い浮か

資料 3-36

酵母菌と菌床

「まちの人(の印象)」が酵母菌、菌床は「まちの機能」

- 「まちの人の印象」

- 一まちをブランドとして捉えるときの鍵。

- 一まちに住む人だけではなく、そのまちを訪れる人も。

- 一まちの人が「酵母菌」だとすれば、住む人や訪れる人、そしてそれに共感する人へと増殖していく、そういう菌だと考えることもできる。

- 菌床に当たるのが「まちの機能」で、「まちの人の印象」と密接な関係にある。

べるとちょっと違うと思うんです。

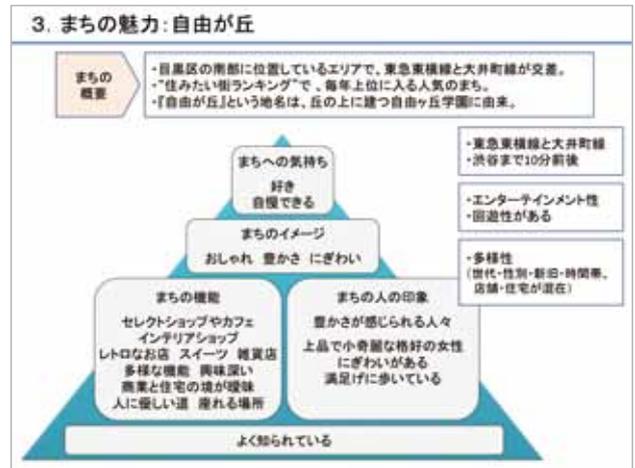
二子ミセスとたまプラーミセス。あるいは渋谷を訪れるミセスというと多様な人になるかもしれません。従ってまちを訪れる人も含めて考えたときに、結構人のイメージというのは酵母菌になってくるのではないだろうか、こういうふうに考えていました。それから菌床に当たるのはその人たちを呼び込む機能です。呼び込む機能というのが菌床ということになるのではなかろうかとこういうふうに仮置きで考えてみました。自由が丘と三軒茶屋と溝の口、蒲田の四つのまちを少し分解してみたいと思います。

自由が丘は目黒区の南部、住所は目黒区なんです。世田谷区もすぐ近くにありますが、線は東急東横線と大井町線が交差しているということで一つの結節点にはなっています。住みたいまちランキングで毎年上位に入ってくる人気のまちというふうに言われていますが、自由が丘という地名をたどっていきますと、丘の上に立つ自由が丘学園という高校があるんですけれども、ここにどうも由来しているようなんです。私が行っている自由学園とは違う法人です。もともとは駅の所がちょうど沼地だったらしいんですけれども、それを人工地盤をはって駅にしたということで地形的にはダウントウンなんですね。商業地はダウントウンが比較的適しているというふうに言われているんですけれども、実際は丘で

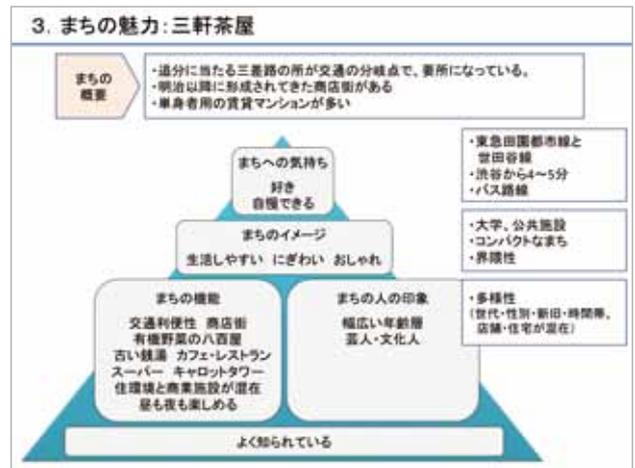
はなくて沼だったというのが本当なのですが、何よりも人気があるのは自由が丘という名前がいいんじゃないかと思うんです。駅の名前をつけたところが一番大きいのではないかと思います。ピラミッド構造を分解していきますと、まちへの気持ちは好きだとか自慢できるというのがあると思いますし、イメージはおしゃれ、豊かさ、賑わい、こういうキーワードが挙がってくると思います。まちの人の印象は、豊かさを感じられる人々で、まちの機能はセレクトショップやカフェ、インテリアショップ、レトロなお店、スイーツ、雑貨店、つまり多様な店の機能になるわけです。それと商業と住宅の境が非常に曖昧（あいまい）だとか、こういうような機能があるんですけども、右のほうにまとめておきました。交通の利便性は当然あるんですけども、エンターテインメント性であるとか回遊性、踏切で分断しているところなどはちょっと気になりますが、あとは多様性ということで、世代、性別、新旧、時間帯、店舗と住宅の混在といったような、こういった多様性があるのではないかというふうに思います。

次は三軒茶屋です。これは追分に当たる三叉路というのが交通の分岐点で歴史的にも分岐点、結節点のようないわゆる要衝になっているという場所です。単身者用のマンションが多いということなんですが、これも比較的若い人が住みだがるまちで、家賃が高すぎるのでどんどん東急田園都市線の奥のほうに行ってしまうという傾向がどうもあるようなんですけども、非常に人気はあるようです。このまちのイメージは生活のしやすさとか賑わいだとか、それでいてちょっとおしゃれな感じがするということで、まちの人の印象は幅広い年齢層、それから渋谷に近いということもあって芸人とか文化人がよく出没するという印象があるようです。それから機能は、交通利便性だとか商店街、八百屋、いろいろあるんですけども、シンボルはキャロットタワーということで、昼と夜というのがこのまちの大きな特徴なのではないのかなと思うんですが、客観

資料 3-37



資料 3-38



的に見ますと大学があるんですね。それから乗換駅なんですけれども上町に世田谷区役所があるとかキャロットタワーの中に区の施設が入っているだとか、コンパクトなまちになっているとか、界索性だとか多様性というものがあるんじゃないかなろうかというふうに思います。

三つ目が溝の口ですけれども、ここも交通の要衝とはいうものの、JR南武線と東急田園都市線そして東急大井町線が乗り入れて溝の口まで行くように、混雑緩和でやりましたので、乗り換え客の多さに駅の機能がついていけるのかという心配になる部分は

あるんですけども、そういう場所です。これを見ていただきますと、確かに公共施設、川崎の区役所が近くにあったりとか、大学も確かにあるんですけども、まちのイメージとか機能とか人の印象とかこういうことをブレイクダウンしていきますと、あまり挙げるものがないですね。ということは好きとは一応書きましたが、ほかの自由が丘とか三軒茶屋に比べてまち全体の魅力ということでは少し乏しいのかなというふうに思います。ただ界隈性のある場所もあります。

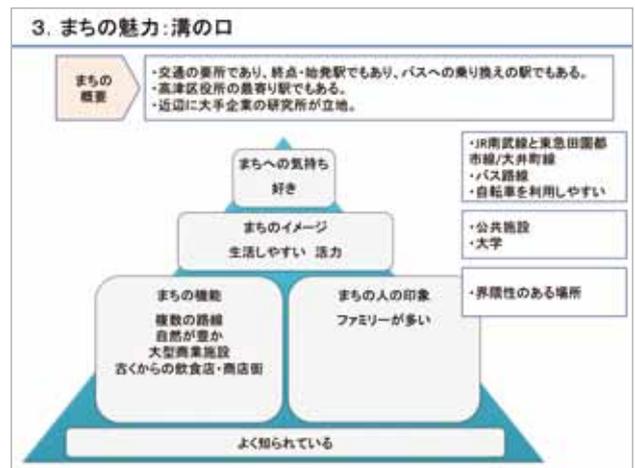
溝の口は現時点では二子玉川の商圏の範囲内に入っているという位置づけなのではないかなと思います。どうしても東急田園都市線の郊外のほうの入口に当たる駅ではあるんですけども、周辺から溝の口に、溝の口には確かマルイという商業施設があるんですけども、そこに買い物に来るというよりはむしろ二子玉川まで行ってしまおうというようなことで、魅力的なところは乏しいのかなというふうに思われます。

蒲田ですけれども、大田区の中心地でありまして、機能を見ていきますと、商業地、日本工学院専門学校、あとはこのエリアは確か東邦大学の病院の拠点なんですね。あとは区役所もあるということになりますと、地域の拠点ということで、ほかのまちと、住宅地とはちょっと違う意味合いを持っていると思います。またかつて松竹の撮影所があって、その文化というものが映画の全盛時代からの文化が根付いているというようなところもあります。最近では羽田空港が国際線をどんどん増やしていますから、羽田空港へのアクセス拠点としての期待が高まっているということで、羽田まで一直線で東急線で行くというような計画もあるようで、蒲蒲線計画と言うのですけれども、そういう形になるとますます注目される拠点となっていこうと思います。ただ、まちのなかのイメージと言いますと、やはり癖のある繁華街だとか国際色、それからまちの人の印象は、やはりここは地元の多様な人々と、空港利用のビジ

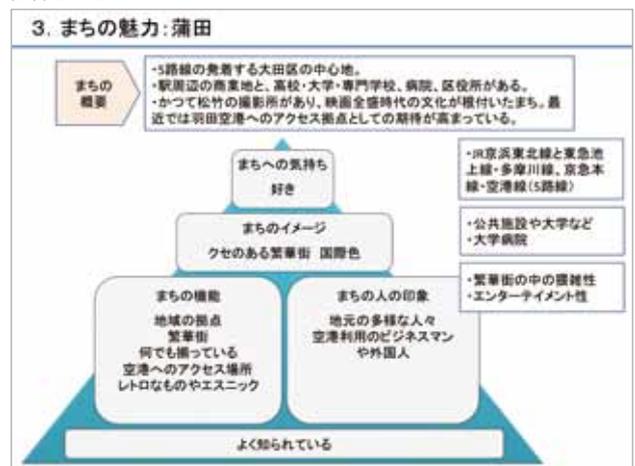
ネスマンや外国人、それから機能としては地域の拠点、何でもそろっている、などが挙げられるのではないかと思います。

今四地域見てまいりましたが、まちの魅力要素はどういうふうに整理できるのかと言いますと、やはり好きだとか自慢できるというのが理想でありまして、イメージは生活のしやすさと賑わい。まちの人の印象は、ある程度住む人、訪れる人の多様性というのはあるんですけども、豊かさが感じられるとか具体的に言うと芸人、文化人とか、これが豊かさかどうかは分かりませんが、話題のほうだと思うんですけども、ちょっとだけ豊かな感じと

資料 3-39



資料 3-40



いうのがあるといいのかなと思います。機能は交通の結節点で、都心へのアクセスの良さ、それから公共施設、病院、学校があるとか、コンパクトな空間だとか、エンターテインメントだとか混在と二層性、多様性ということと同じになると思います。あとは個性的界限性、ちょっと抽象的な言葉で整理をしましたが、こんな整理ができるのではないかなというふうに考えてみました。

最後に、じゃあどうしたらいいんだろうということで、まちの機能では生活インフラの利便性に加えて、感性を刺激するものというは必ずないといけないのかなと。あこがれのライフスタイルというのはまちの人の印象でも少しあるといいのかなというふうに思います。それからやはり一番重要な人が集まる所ということで、ちょっと言葉がこなれていないですけども、たまり場になるような所があると非常に魅力的な形に映ってくるのかなというふうに考えていました。以上です。

司会

水嶋さまありがとうございました。では最後に榎本さま、お願いいたします。

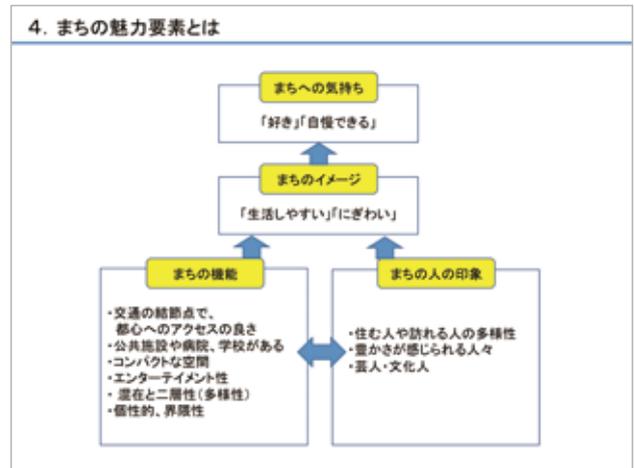
...

榎本

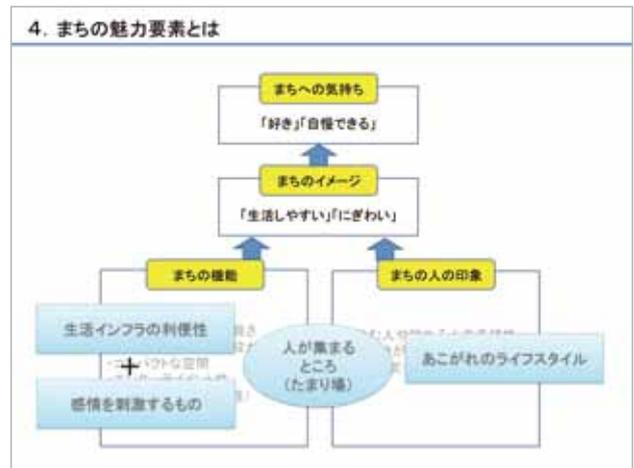
読売広告社の榎本と申します。私からきょうお話をするのは、ハイライフ研究所で2014年度のPHASE1で調査をされました。その結果をもとにして2015年度でも調査をしていますので、その結果の報告とそれを踏まえた考察という形で、もう一度全体を俯瞰してお話をさしあげたいというふうに思います。

先ほどから出てきていますけれども、都市の魅力とは人自体が酵母菌になって創られると、多様性に富んだ人々が活発に活動をしているそんなまちがいままだということで昨年に引き続き調査をしまし

資料 3-41



資料 3-42



資料 3-43

**データから見た都市の魅力を
構成する要素**

読売広告社 都市生活研究所 榎本 元
2016.05.17

資料 3-44

都市の魅力構成要素
研究仮説

「都市の魅力」とは「**人自体が酵母菌**」となって
つくられるものであり、
様々な才能を持つ人、老若男女、国籍を問わず、
“**多様性に富んだ人々**”が活発に活動している
まちであるとした。

▲
上記仮説を裏付けるため、昨年度に続き、
「**魅力を感じるまち**」についてアンケートを実施し
因子分析を行った。

※標本「都市生活意識調査2015」
・設問「住むとしたら、魅力を感じるまちについて」52問
・調査対象：東京30km圏以内居住する満20歳～74歳の男女
・標本数：1,254
・標本抽出法：エリアサンプリング法
・調査方法：郵送調査法
(2回にわたって調査票の配布→対象者記入→回収)

※因子抽出方法
主成分法、Kaiser-Meyer-Olkinの正規化を伴うプロマックス法（社交抑制）、
高、低次元数に關しては、「説明された分散の合計」で初期の
固有値が1となる項目が12項目で、「抽出後の固有値平方
和」の合計が47.55%であり、この12項目を採用した。

た。調査結果がこちらでございます。都市の魅力を構成する要素として八つの因子が出てきています。一番高い因子が歴史と自然があるまちということで第一因子で、由緒とか緑や自然というのはやはり人が魅力を感じるまちの上位としてはすごく大事なんだということが改めて分かったということと、赤く色が分けてありますけれども、人という部分の要素がすごくたくさん出てきているなというのがもう一つの印象です。特にその中で第二因子として挙がってきています芸術、音楽、芸能、文学、マンガ等のアーティストが住むまちというのが第二因子で挙がってきているんですね。実際にこの東京10km～20km圏でアーティストが住んでいるまちというのは一体どの辺なのかというのを実は国勢調査をもとに調べた結果をちょっとお話をしようというふうに思います。国勢調査による検証なんですが、平成22年の国勢調査データを使いました。それで、東京10km～20km圏で、国勢調査で職業中分類というのがあって、著述家とか彫刻家とか音楽家とか、そういった人たちが分かるようになっています。それがこの東京10km～20km圏内の一体どこに住んでいるのかというのを指し示したものが以下でございます。まず一つ目は作家だとか評論家だとかそんな知識人です。実はやっぱりなという結果なん

資料 3-45

都市の魅力構成要素（因子分析）

「魅力を感じるまち」についての上位8因子を抽出。

<p><第1因子> 19.3% (分散の%) 歴史と自然があるまち (社、緑、水辺がある)</p>	<p><第5因子> 2.1% (分散の%) 子どもが多いまち (保育、育児、安心して健やかに育める環境)</p>
<p><第2因子> 5.8% (分散の%) アーティストが住むまち (芸術、音楽、芸能、文学、漫画等に専事する人々が住む)</p>	<p><第6因子> 2.6% (分散の%) いろいろな人が集まるまち (国籍ではなく、多様な職業・年齢性別・国籍の人がいる)</p>
<p><第3因子> 4.9% (分散の%) 雑然とした繁華街があるまち (雑味があり混沌とした賑やかな商店街がある)</p>	<p><第7因子> 1.9% (分散の%) 教育環境が整ったまち (進学のための整った教育環境)</p>
<p><第4因子> 4.0% (分散の%) 新しい整然としたまち (刷新、画一、整理、計画的な街並み)</p>	<p><第8因子> 1.8% (分散の%) 足が基本のトラフィック (駅・自動車、徒歩、自転車、バス、鉄道が基本、歩きまわれる楽しさ)</p>

資料 3-46

都市の魅力構成要素（因子分析）

第1因子『歴史と自然があるまち』が極めて高いが、都市の魅力を語るうえで、良好な環境が大前提であると認識される。

▼

注目すべきは、第2因子・第5因子・第6因子であり、「アーティスト」「子ども」「同質ではない人々」等**多様性に富んだ人々が住むまち**は魅力的と感じている。すなわち、**都市の魅力をつくる主な“人（酵母菌）”である。**

資料 3-47

国勢調査データによる検証

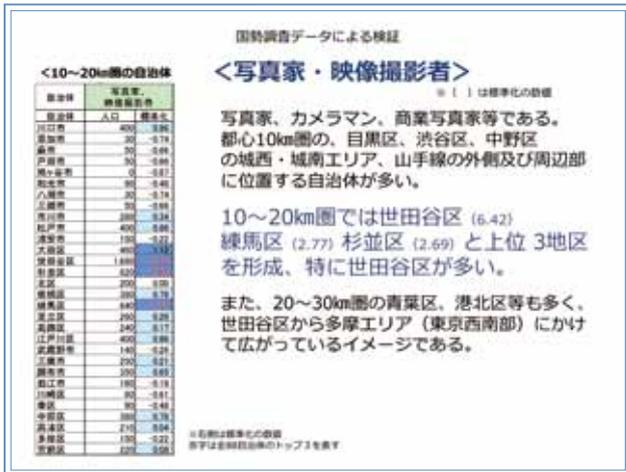
○調査データ概要
○主な調査データ：平成22年国勢調査
○調査対象エリア（自治体）
東京駅を中心に半径10km圏、10～20km圏、20～30km圏に該当する自治体（特別区、及び市、全88自治体）を選定。
○職業分類：平成22年国勢調査に用いる職業中分類「著述家」「彫刻家・画家・工芸美術家」「音楽家」「デザイナー」「写真家・映像撮影者」「舞踏家・俳優・演劇家・演劇家」「大学教員」の7分類について分析。
※独立行政法人統計センターへの委託による統計の作成



左記の7つの職業従事者を「**創造的職業従事者**」と定義する。

<統計処理>
・調査対象となるエリア（自治体）が全宗となるため、先ず標準偏差を算出して、エリア毎の上記職業従事者別人口の分散傾向（ばらつき）を把握した。
・次に、標準化（平均を0、分散を1）に置き換えて、ばらつきの違いを一回で把握できるようにした。
・また、各自治体別に上記職業従事者の占める人口比率（占有率）も併せて算出した。 ※15歳以上の人口を計算

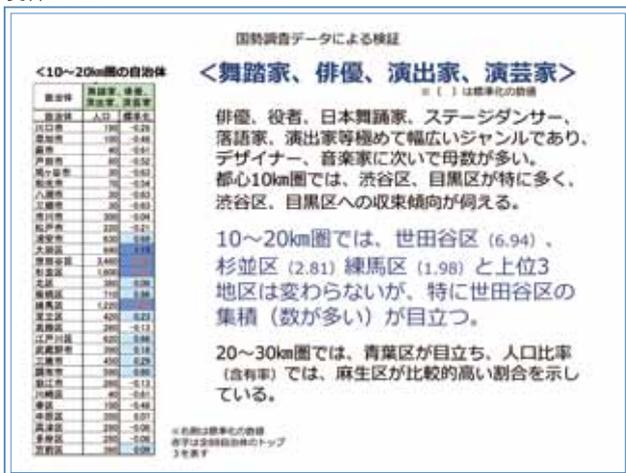
資料 3-52



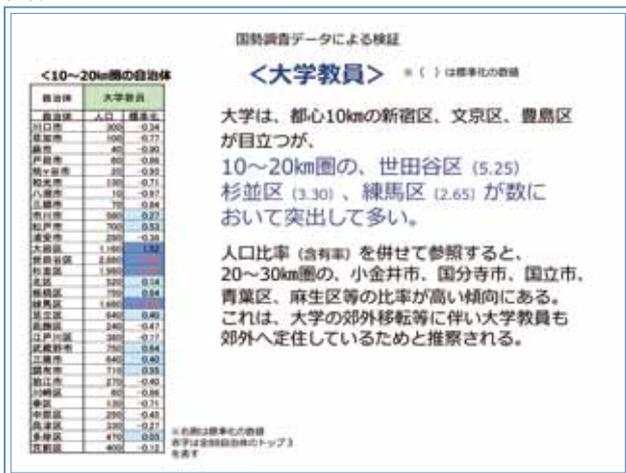
る人たちが、実はここにすごく集積をしているという事実ははっきりというふうに分かりました。さらにここで数字上ではお知らせしていないんですが、杉並、練馬、世田谷に集中しているんですが、その後背地の武蔵野だとか調布だとか狛江だとか、あるいは麻生区だとか青葉区だとかににじみ出ていますし、世田谷、練馬、杉並に隣接している中野、渋谷、目黒辺りにもにじみ出してきているということで、実はこの世田谷、練馬、杉並というのはそういった人たちが住んでいるインキュベーター、先ほどからインキュベーターという話が出ていますが、保育器、醸造的なポジションにあるなというふうに思います。で、あまりにも調査結果が単純だったので、これで終わるとこのまま何も残らずに終わってしまうので、もう少し深掘りしてみようと思いました。

まずご存じのように世田谷を見てみると、砧地区に映像関連の施設、NHK 放送技術研究所、東宝スタジオ、そして円谷プロダクションも2008年まで本社がここにありました。あとはその後背地に砧公園と世田谷美術館を抱えて、先ほど交通の結節点という話もありましたけれども、都心の交通の利便性も非常にいいということ。杉並はかつては太宰治とか井伏鱒二とか文士が住んでおりました、今で

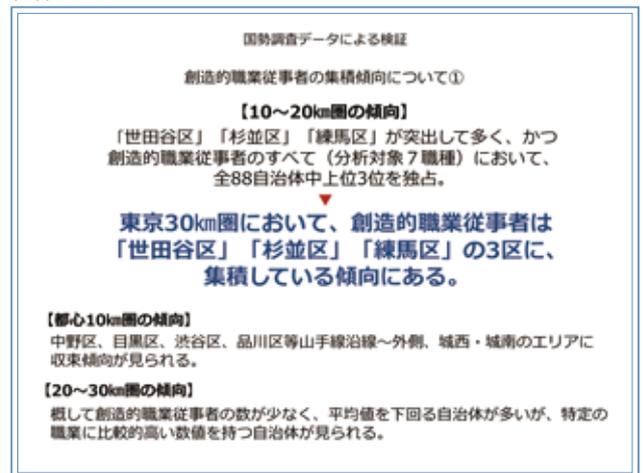
資料 3-53



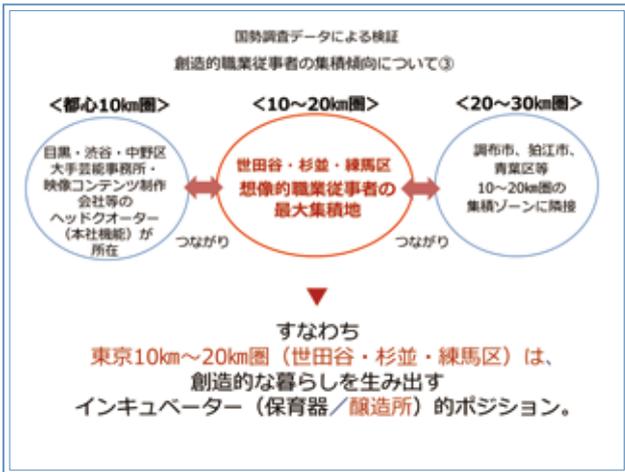
資料 3-54



資料 3-55



資料3-56



もレトロな喫茶店が点在しているんですけども、あとはガンダムのサンライズだとかシャフトだとかボンズだとか、非常に有名なアニメ制作会社が実はここには多数存在をしております。サブカル系ショップも非常に多い。交通の結節点としての利便性も持っている。実は練馬もご存じのように同じです。東映アニメーションは、大泉にありますけれども、それに関係する会社が非常に多くて、アニメの制作企業がここに集積をしております。それに伴って24時間、そことのやりとりが必要な作家たちが多く存在します。手塚さんを含めた有名な作家の方たちがたくさん住んでいますし、アクセスも良好だし、石神井公園みたいな緑も多い所です。練馬区自体はアニメを教育に取り入れれたりもしているということで、もともとここにアーティストが住んで、そういう創造的な人たちがどんどん住むようになったかということではなくて、実はさっきスタジオだとかアニメ制作会社だとかいわゆる働く場所がここにあったということだと思うんですね。当時昭和の時代ですから、ある程度、一定の大きさの敷地を確保しようとする少し郊外に出ざるを得なかった。そこがこの場所だったということだと思います。いわゆる働く場所があって、そこを求めてそういった人たちが集積してというふうに考えるのが普通だろう

資料3-57

東京10～20km圏（世田谷・杉並・目黒区）のポテンシャル考察

＜世田谷区＞

○**砧地区には、映像関連の施設が多い。**

- ・NHK放送技術研究所：放送関連機材の技術開発。
- ・東京メディアシティ：テレビ番組の収録スタジオ。
- ・東宝スタジオ：旧砧撮影所。戦前より多くの映画が撮影。敷地面積約9万㎡。
- ・円谷プロダクション：2008年まで本社が所在。ウルトラマン商店街はその名残。

○**砧公園と世田谷美術館。**

- ・砧公園は約39ヘクタールの広大な敷地を持つ広大な緑地を持つ公園。
- ・世田谷美術館は、砧公園の中にある区立美術館。アンリルソーをはじめ地元の芸術家を含め約15,000点の絵画を所蔵。
- ・地域の小中学校に対して、鑑賞教室を開催する等連携プログラムを実践。

○**都心交通利便。**

- ・東急線、小田急線、京王線「新宿」「渋谷」へダイレクトアクセス。

主要映像関連施設が所在し、公園や文化施設にも恵まれ、かつ都心アクセスも良好な世田谷区。

資料3-58

東京10～20km圏（世田谷・杉並・目黒区）のポテンシャル考察

＜杉並区＞

○**文豪たちが住んだ阿佐ヶ谷。**

- ・阿佐ヶ谷文士村：かつて太宰治・井伏鱒二・小林喜多治等著名な文士が阿佐ヶ谷界隈に住み交遊を深めた。今でもレトロな喫茶店等が点在し名残が垣間見える。

○**活発なアニメ産業。**

- ・サンライズ（ガンダム）、シャフト、ボンズ等々アニメ制作会社が多数所在。
- ・杉並区も専門部署を設け支援。また杉並アニメーションミュージアムにて情報発信。
- ・コミケ、サブカル系ショップも多く、独自のサブカル文化を形成。

○**都心交通利便、成熟した都心郊外の住宅地。**

- ・中央線沿線は都心通勤者のための住宅地として、成熟した住宅環境を形成。
- ・その他西武新宿線・丸の内線・京王井之頭線等が利用でき都心通勤利便。

かつて多彩な文士・作家が多く住んでいた杉並エリア、現在は、アニメ・サブカル等コンテンツ産業がさかん。

資料3-59

東京10～20km圏（世田谷・杉並・目黒区）のポテンシャル考察

＜練馬区＞

○**日本初長編アニメ発祥の地、全国でも有数のアニメ制作会社集積地。**

- ・練馬区内にアニメ産業（例：東映アニメーション・大泉学園）に関わる会社が多く、約80社のアニメ制作企業が集積。（市区町村単位で全国1位）

○**著名なアニメ作家のアトリエが多数所在。**

- ・手塚治虫、松本零士、ちばてつや、高橋留美子等々。

○**都心へのアクセス良好、緑豊かで住みやすい環境。**

- ・石神井公園、光が丘公園等優良な公園が多数。
- ・西武各線、東京メトロ、都営大江戸線等複数路線が乗り入れ。

アニメを教育に取り入れる練馬区。
アニメ文化を通じて地域愛を深め、作る楽しさやプロの仕事をする体験による子どもたちの成長促進を目指す。
また、協定を結んでいるアヌシー市の子どもたちとアニメ作品の交換を行うなど、アニメを通しての国際交流を行っている。

一般社団法人練馬アニメーション
練馬アニメーションサイトHPより転載

と思います。ただ、働く場所と住む場所というのはすごく大事な関係なんですけども、それが時代の中で変化をしてきていると思ってまして、この働く場所と住む場所との関係を考えてみたいなというふうに思います。いわゆる ICT 技術ですね。これによって働く場所と住む場所の関係が相当変わってきているということです。

これは例えばということで、普通は都心にオフィスがあるんですけども、二子玉川に楽天さんが新本社を構えました。24時間対応しなくてはならないということなので、ここに新本社があるというふうに思うんですけども、ということともう一つ、この世田谷辺りには先ほど話にも出ていましたけれども、クリエイターたちのコラボスペースですね。シェアオフィスみたいなそんな空間もたくさんできはじめています。あるいは今、鎌倉ですね。鎌倉にカヤックさんをはじめとした IT 企業が結構オフィスを構え始めてしまして、シリコンバレーならぬカマコンバレーというふうに使われていますけれども、今まで住む場所だった非常に良質な住環境だった場所で働こう、あるいはそういった所にオフィスを構えよう。で、ネットでちょっと調べてみますとカヤックの方が言っているんですけども、わざわざ東京から鎌倉までアポを取って来てくれる人は、とても真剣な仕事として捉えているので、そういった人と仕事をしていきたいみたいなこの距離がむしろ仕事をする上で武器になるんだみたいなことをおっしゃっていたりして、この鎌倉も非常に今おもしろいことになっています。さらに田舎に行ってみましょう。これは徳島県の神山町というたった6,000人しかない限界集落に近い場所ですね。ここに実は IT 企業とかクリエイティブ系企業のサテライトオフィスができはじめています。これは実はたまたまできたわけではなくて、NPO 法人の大南信也さんという方がいらっしゃるんですけども、この神山町自体はアーティスト・イン・レジデンスだとかいろんな新しい試みをしていて、まちを活性化しようとい

資料 3-60

東京10~20km圏(世田谷・杉並・目黒区)のポテンシャル考察
 なぜ、創造的職業従事者(アーティスト等)が、「世田谷区」「杉並区」「練馬区」の3区に多く集積しているのか、
 なぜ、創造的な暮らしを生み出すインキュベーター(保育器/醸造所)なのか。

創造的職業従事者が「働く場所」と「住む場所」は協調関係。
 (酵母菌) (事業所) (暮らし)

(働く場所が先にあり、人は働く場に追従し集まった)

+ 良好な住環境・自然環境 + 都心への交通利便

但し、「働く場所が集積」しているからであり、
 結果として「アーティスト等が集まった」からと考える。

資料 3-61

時代のトレンドから都市の魅力を考える

ICT技術の急速な進化により
 「仕事の場所」は、都心に近いこと等
 「距離の優位性」が相対的に薄らいでいる。

すなわち、個人のパフォーマンスが発揮できる
 環境さえ整備できれば、
 どこでも、いつでも仕事ができる。

次に、そのような「働く場所」と「住む場所」の
 新しい関係性を提示した事例を参照していきたい。

資料 3-62

時代のトレンドから都市の魅力を考える

二子玉川

<楽天クリムゾンハウス>
 従業員が第二の家(ハウス)のように快適に過ごせ、個人が最大の
 パフォーマンスを発揮できるオフィス環境を実現。

<co-lab二子玉川/カタリストBA>
 クリエイター達のコラボスペース、多摩川の自然環境を背景に、
 次世代集合知の発露を目標として創発の場を目指す。

○楽天クリムゾンハウス
 楽天の創本社、入居人数は約1万人。
 オフィス内には3食無料のカフェテリア、
 リラクゼーションスペース、フィットネ
 スジムも完備。語学学習ルームのほかイ
 スラム敷設のための折衝室も設置。

○ co-lab 二子玉川
 単なるシェアオフィスではなく、
 これからの新しい働き方、ワークデザイン
 の新しい手を買成、検証、実用化、社会への
 提案までの実践者となることが期待されて
 いる。

【概要】 二子玉川(有)イノベーションエリア内に所在

<楽天クリムゾンハウス> <CO-lab二子玉川>
 地上3階、地下2階のオフィス・ホテル棟 二子玉川(有)イノベーションエリア
 そのうち地上2階~2階を専有、 5階の一室を専有
 既にアマックス棟の3・4階も専有。

そこにアーティストがおもしろがって住み始めて、今はもうアーティストの村としてすごく有名になっちゃって、観光客がいっぱい押し寄せているというそういう都市があったりもします。ということで、これは働くということと住むということに関連づけて考えた時に、通常、都市というのは、働く場所があってはじめてそこに住むという形が行われ、それで都市の集積が行われてきたというのがいままでの都市のつくり方というかやり方だったと思うんですけども、今や距離は消えたんだと思います。

距離は消え、ただ大事なことは、場はやはり残るんだろうというふうに思います。この場というのは例えばその場所が持っている自然だとか、歴史、文化だとかあるいはそのまちができた背景だとか、そこに住んでいる人たちの心地良さだとか、人柄の良さだとか、そういったことを踏まえてその場所そのものの価値が残っていくし、距離が消えたことによって日本中どこでも働けるわけですから、その場所の価値そのものがもっともっとクローズアップするそんな時代に入ってくるのではないかなというふうに思います。ということで、さらにこの場をより魅力的に考えていこうと考えたときに二つ方向性があると思ってまして、「コンバージョン」と書いてありますけれどもその場所が持っている歴史だとか文化だとかそういったものをすごく大事にしていく。そしてそれを生かした形でコンバージョンしていくということと、もう一つ、今まで再開発だとか開発が割と否定的なワードで語られたりはしていますけれども、私は全然そんなことは思っていないくて、開発そのものは絶対に必要だと思っています。ただ開発の仕方とかやり方だとか、開発の中身だとかそういったものがすごく大事であって、実は場が大事だということはその場が変化し続けないと、また、変化し続けて新しい住民を入れ込まないとその場所はやはり発展していかないと思うんです。あるいは続いていかないというふうに考えます。そのためにはその場所に適した開発

資料 3-66

時代のトレンドから都市の魅力を考える

フィスカルス村

<人口600人の芸術の村>

フィンランドの首都ヘルシンキより西に約85km、かつて製鉄業で栄えたフィスカルス。一度廃村になりかけるが、アーティスト達の定住により、アートビレッジとして再生。

○水と緑、天然鉱物資源が豊富で、「製鉄の村」として栄えたフィスカルス。オレンジ色のハガミで有名な「FISKARS」社創業の地でもある。

○やがて企業が移転し廃村に追い込まれたが、19世紀につくられた歴史ある建物群に魅了された数人のアーティストたちがフィスカルスに移住。製鉄所跡や倉庫、古い民家などをリノベーションして、アトリエやギャラリー、ショップへと蘇った。

<過去> 製鉄の村

<現在> 芸術の村

<フィスカルスの変遷> アーティストが定住、歴史的建造物をリノベーション

資料 3-67

都市（まち）が魅力的に生き続けるために

『距離』は消え 『場』は残る。

資料 3-68

都市（まち）が魅力的に生き続けるために

<キーワード>

『場』

『コンバージョン』

歴史的建造物や環境等の地域特性を生かし、時代に適合した「場」に変化。

地域の持つ歴史や自然を尊重した街並み・環境の保全。

地域のオンリーワンの魅力を生かしながら、時代のトレンドに適合した産業の育成。

・鎌倉市：「カマコンパレー」

・神山町：「Tokushima working styles」

・フィスカルス村「人口600人の芸術の村」

『デベロップメント』

「場」の価値を重視したまちづくり。

多様な人を受け入れ、交流できる仕組みの開発。

まちの魅力を創る“人（酵母菌）”を育成する土壌づくり。

個人のパフォーマンスが最大限発揮できる「場」の開発。

・二子玉川：「楽天クリムゾンハウス」【co-lab二子玉川】

・黒部市：「YKK 本社機能移転」

だったり「デベロップメント」というのが必ず必要で、それによって新しい血が入り、新しい価値観がそれに上乗せされていくことが大事だと思っています。

実は、最後に象徴的な言葉で終わりたいと思うんですけども、ポートランドの開発局のマネージャーが実はこんなことを言っています。背景を言いますと、ポートランドというのは全米で住みたいまちナンバーワンの都市です。人口が60万人ぐらしかおらず、八王子と同じぐらいの市の規模です。市議会議員が八王子は確か20人か30人ぐらいいるんですけども、ポートランドは4人しか市議会議員がいません。いわゆる住民自治がすごく発達していて、住民で自分たちのまちを良くしていこうという気概を持ったそんな都市です。実はそこで都市開発のマネージャーをやっている人がこんなことを言っています。職の有無よりも、自分たちが住みたい場所を優先してまちを選ぶ人々が現れてきたと。気持ちの良い生活が実現することで人々が集まりまちが発展し、企業はあとでそれに追っかけて出てくるというそんなまちの在り方、そんなまちの発展の仕方というのがこれからはあり得る、あるいはもっと主流になってくるんじゃないですかね。実はポートランドはそうなんですよというように言っています。

以上です。ありがとうございました。

・・・

司会

榎本さまありがとうございました。それではこのあとは服部先生にマイクをお預けしていよいよパネルディスカッションをスタートしたいと思います。それでは服部先生、よろしく願いいたします。

服部

これからパネルディスカッションを始めたいと思います。今の榎本さんの発表、なかなか衝撃的ですよ。非常に興味深い報告で、距離は関係ないというお話ですけど、そもそもこの研究課題が東京の

10km～20km圏に焦点を当てて、距離的なところに何か鍵があるというのですが、10km～20km圏を国勢調査データで見ると、世田谷区、練馬区、杉並区、SNSにインキュベーター的な人が集まっているというのは距離的という問題よりもたまたまこの10km～20km圏がそういうインキュベーターを育てるような、われわれ酵母菌と言っていますけれども、そういう人たちを育むような条件を有していたということですね。そうしますとやはり条件が何なのかということをお話の中で皆さんの考えを結集して、東京10km～20km圏は何がほかと違って特別なのかを見出すことが大事です。榎本さんのお話での「場が残る」というようなことですね。それから私も榎本さんとまったく同じで今回まちの探検隊なんかのレポートとか分析とかを見ますと、正直開発のやり方は、ちょっと違うんじゃないというのは直感的に感じておりました。三浦展さんのお話でも70年間つくった所で魅力的なもの、東急さんで例えるならば田園調布もそうですが、日本の都市開発史に残るようなそういうコミュニティを以前はつくっていて、それが戦前につくったものをなかなか越えられていないみたいなのところもあると思うんですけども、この条件ですよ。最初は距離で何か特別な、この東京10km～20km圏に秘密があるんじゃないかと思ったんですけども、そうではないというような流れになるんじゃないかと思えますけど。これから皆さまの意見を聞こうと思います。

榎本

そうですね。私、実は逆説的に言っていて、確かにおっしゃるように東京10km～20km圏という距離が、都心から程よく離れているからこそこういう環境が生まれたというふうに入研究に入ったわけなんですけれども、確かに今まではそうだったと思うんです。ただこれからもそうなのかどうかという疑問を投げかけたというふうに理解していただ

ればいいですね。いわゆる今までは確かにこの10 km～20 km圏という距離はすごく大事でした。だけどこれから果たしてそれはずっと続くんでしょうか。さっき結論として持ちだした変化、場が大事なので、「コンバージョン」とか「デベロップメント」というふうに言った意味というのは、変化しないとあるいはこれからこの場所はすごく良い場所で、自由が丘も下北沢もすごく魅力的なまちなんだけど、でもずっとそうあり続けられるんでしょうかということだと思うんですね。そこをやっぱり、これがずっと魅力的であり続けるためにはたぶんこの距離ということではもう全然なく、その場所が持っている価値をどうやって高めるか、その場所をもっと深掘りするというこの行為がすごく大事になってくるのではないかというふうに思います。

服部

榎本さんが挙げていただいた事例、都市ではないですけども、鎌倉とか神山町とかポートランドもそうなんでしょうけれども、フィスカルス村、こういう所も基本的にこのまちを魅力的にしているのは酵母菌的な人というふうに考えてよろしいんですかね。

榎本

そうですね。きょうは事例で取り上げませんでしたけれども、例えばポートランドみたいな所は実は私は行ってないんですが、私の部署の人間が行って、たった1週間では結局何も分からなかったと帰ってきたんですけども、ポートランド自体の魅力は住んでみないと分からないというのが結論で、さっき議員が4人しかいないとか住民自治がすごく発達していてネイバーフットアソシエーションといういわゆる日本で言うと自治会みたいな機能があってそこがまちの運営をしているんですね。議員はそれにOKを出すだけの機能しか持っていないとか、もともとその背景としては革新的な人たちが多く住んでいた都市ではあったんですけども、全米ナンバーワンの人気のまちで人々が集まり始め、職業があって集まり始めているわけではなくて、どうもあそこに行くとおもしろいことがありそうだとか暮らしやすそうだとか、俺はニューヨークに住んでいたけどニューヨークに住んでも自分の意見がまわりの通らないのでそれが通るポートランドにやってきたんだとかそういう人たちがすごく多くて、いわゆる都市に対して自覚的な人が集まっています。



服部

自覚ですね。

榎本

そんなまちなんですね。ですので、人が酵母菌なんだと思いますけど、都市だとか暮らしに対してどれだけ自覚的な人が集まっているかどうかはその都市の暮らしやすい住みやすさを計る尺度だと思っていて、それはその調査ではなかなか発見できないんですけども、その自覚的な人がまちを変えていったり、まちをより良くしていったりというような形で動いていくんだろう。それは飲み屋の親父さんかもしれないし、例えば髪を切る美容師の方かもしれないんですけども、そういった自覚的な人が多ければ多いほどまちはどんどん魅力的になっていくんだろうと思いますね。

服部

ポートランド、本当に探検隊員で行きたいところですね、石田さん。

石田

そうですね。

服部

ポートランド、印象に残るのはナメクジの缶詰を売っていて。ナメクジの缶詰ですよ。食べるのがギャグか分からないんですけど、ナメクジの缶詰を作るまちは相当クリエイティブなんじゃないかなという印象を個人的には持っています。自覚的であるインキュベーター、三浦展さんのお話でも都市はインキュベーターであるべきであるというお話がありましたけれども、私とか探検隊員が感じたところはどこに再開発で気になる点は、人が都市を魅力的にするという前提で研究とかを進めている中で、人を消費者として捉えてしまっている点で、そういうことで開発も消費が中心となっていると思うんです

けれども、いわゆる消費者というのは極めて受動的なので、今、榎本さんがおっしゃったような自覚的とかインキュベーター的に何かを興すということがなかなかできにくいところがあると思うんですけども、新しく再開発するときにそういう自覚的な人をうまく育てるとかインキュベーター的な要素を取り込む視点が抜けていたんじゃないかなと思うんですけど、そこら辺、何かしら工夫、こういうことをすれば再開発をしても企業的な再開発をしてもインキュベーターを育てられるとか何かそういう工夫とか試みとかあったら水嶋さん、紹介していただけますか。

水嶋

再開発をしなければいけないのは必然的に世代交代という、時間がたっているということが大きいと思うんです。再開発できるエリア、できないエリアというのもこれも世代交代がきちんと起こっているかということで、従って計画を立ててから20年、30年はあつという間に、そのくらい時間がかかるというのは必然だと思うんですけども、今やはり人口が減ってきて、二つの文脈があると思うんです。一つは人口が減ってきて、郊外に一度膨らんだのが都心に向かっているという流れは数年前からあると思うんですね。そういう意味での東京10km～20km圏という捉え方が一つと、それからもう一つの文脈は拠点化していくんじゃないかと思うんですね。拠点化していくとか人が集まる所が首都圏はかなり広いですけども、やっぱり拠点化していかざるを得ないのではないかと。で、拠点化していくときに何が人を集めるんだろうかということを考えたときに、今までは広い住居スペースが確保できればよかった。で、都心に通うということが基本だったわけですけども、拠点化したときに、住むといういわゆるプライベートの生活プラス何らかの産業的なクラスターとかそういうことを考えていかないと、つまり働くということですね。消費者だけではなく

て労働者としての働くという機能を考えていかなければいけないということで、郊外だと結構、研究所だとかも誘致しているケースがありますね。

工場というのは今あまり現実的にはすぐ建つということはないので、首都圏の場合は特にそうなんですけれども、研究拠点を持ってくるとか。従って、二子玉川のケースもある意味ではIT企業だからそこに持ってこれたということと思うんですね。で、多摩川沿いは結構そういう意味では歴史的に研究所とかありますから、そういうものをもっと住宅地に寄せていくとか、そういうものを産業のひとつのクラスターとしてつくってしまうということで働く場も、労働者としての機能というのを一緒につくってしまう。そういう拠点化の考え方というのはあると思います。

服部

分かりました。あともう一点、気になるのは例えば蒲田の羽根付き餃子ニーハオさんとかは東急プラザ、東急プラザをはじめとする、一般的な大規模ショッピングセンターなんかには入れないじゃないですか。今のニーハオは入れると思うんですけども、最初のニーハオ、だからインキュベーターというか酵母菌かどうか分からない人にチャンスを与えるという、こちら辺の仕掛けが不足していると思うんですけども、こちら辺はどうやったら変わりますかね？僕なんかには決して貸してくれないと思うんですね。

水嶋

再開発したときはやっぱり一番難しいですよ。ある程度、賃料を確保しなければいけないというところからスタートしますから難しいと思うんですけど、渋谷の再開発の件でもずいぶん議論したんですけども、やっぱり残すものは残さない。例えば渋谷に産業クラスターを一つつくと。商業だけじゃなくて産業クラスターを一つつくと

いったときに、裾野をどんどん用意していかなければいけないわけです。そうするとどちらかと言うと、今、駅のそばにあるごちゃごちゃした飲み屋の機能は残さないとやっぱりいけないわけです。それをどう残すかということの議論になってくるんですね。割と今そういう議論というのが増えているように思います。だから二子玉川の時も、確かこの一角の所、裏側の所に全部寄せて残してるんです。表玄関の所からは見えないんですけども、こっち側にはちゃんと残しているということで、寄せるとか、再配置するとか機能は必要であると思います。

服部

石田さん、無茶振りで申し訳ないんですけども、何か水嶋さんにこうやるといいというアイデアがあれば。

石田

そうですね。再開発の話、やはり難しい問題だと思います。特にテナント選びというところが、最初立ち上げの時の課題になると思うんですけども、例えば自由が丘、今回の探検で自由が丘を訪れた時に、駅から5分ぐらい歩いた所にA&Dハウスというもともとアパートだった所を内装だけリノベーションして、民間企業が数部屋買い上げて、運営をしているんですけども、入居するテナントをかなり厳格に選んでいるんですね。そこには自由が丘の気分に合ったネイルサロンであったり、英会話教室であったりとかするんですけど、そういった、再開発をするときに、もともとあるストックを生かすことはできないかを考え直すともう少しテナントにも多様性が生まれるんじゃないかなと思います。

服部

分かりました。テナント選びでちょっと気になるのは、商業開発をすると似たような、五つぐらいし

かない選択肢から選ばれるじゃないですか。例えば卑近な例ですとお馴染みのチェーン展開しているとかかつ屋とか、イタリアンレストランがテナントとして選ばれています。蒲田はとんかつがすごいんですよ。餃子の話が出ましたけどとんかつもすごいんですよ。そういうお店が入られればいいとかと思うんですけど、みんな似たようなお店の構成になっちゃうじゃないですか。安定して安心、でも逆にそういうことばかりなんで、同じようなまちになってしまう。だから言い方は失礼ですけど武蔵小杉と二子玉川とか、意外に似たような。細かく見ればもちろん違いますけど、なんか似たような形になってしまっているところがあるじゃないですか。ああいうところをもうちょっとなんか多様性を持たせるような再開発というのはできませんかね。

水嶋

そこがジレンマですね。

服部

だと思んですけど（笑）。ジレンマの背景を教えてくださいいただければと思います。われわれ勝手に言っているだけなので申し訳ないです。

水嶋

私も本当にそう思うんですね。例えば駅を下りて、魅力があるまちの表情というのはやっぱりファストフードとかチェーン店の看板じゃなくて、やっぱりそのまちの個性を表すようなチェーン店以外の看板とかカフェであるべきだと思うんです。で、実際そういう提案を数回したことがあるんですけども（笑）。なんで君はカフェの提案ばかりするんだっていうふうに言われたんですけど、やっぱりチェーン店というのはちょっとおもしろくないですよ。個性を表現できないということで、むしろ一部をそうするのか、全部をチェーン店にするのかそうじゃないのか、効率との balan

スというのをもうちょっと工夫すべきなんじゃないかなと思うんです。圧倒的にチェーン店のほうが賃料の支払いはいいんですよ。安定、払いがものすごくいいんですよ。これはやっぱり魅力としては非常に大きいんですよ。だからかといってそれだけで品揃えをしてしまうと、とてもつまらなくなるんです。だから苦肉の策が二子玉川の蔦屋家電なわけです。チェーン店だけちょっと個性をつけてくれないかという申し入れになるんですよ。

服部

商店街とかにチャレンジショップみたいなものがありますよね。ああいうのを何か試されるみたいなことは難しいんですかね？

水嶋

ときどきあります。ときどき電鉄ではやっていた。例えばガード下のスペースが生まれますから、そこにお店を入れていくと。で、一番端の辺りは実験的なことを必ず入れます。それがうまくいくと今度はどんどん改札口のほうに寄せてくるんですね。

服部

そうだったんですか。

水嶋

そういうやり方は必ず、実験的にはトライはしますね。

服部

どうですか、榎本さん。都市マーケットターとして今みたいな話に対して。

榎本

東急さんの事例を僕はよく分かっていないんですけども、多分デベロッパーさんによっては普通は



1割なのか2割なのか数字は分かりませんが、戦略的な取り組みは必ずしていると思いますよ。要は収益を稼ぐところは稼ぐところでそれはしょうがないので、まとめて入れざるを得ないのですけれども、2割は何かをがんばるとか地元の何々を入れるとか、多分そういうことはやられていますよね？

水嶋

当然やります。

榎本

それがどれだけ目立っているか目立っていないかという話なのかもしれませんが、そこをもう少しどれだけがんばれるかというのは多分収益との関係にきつってくるんでしょうから、それは専門家ではないので僕もよく分からないんですけど。

服部

その収益の問題とかね。そこが難しいところですよ。

水嶋

いくら収益が上がっても、経営のほうがちよっと待てという場合もありますしね。

服部

あともう一つあるんですけども。ちょっと話が変わりますが、石田さんが提案されたプレゼンの外飲みとかあそこら辺結構おもしろいと思うんですけども、ああいう外飲みの仕掛けみたいな、プライベートであるけれどもパブリックでもあるといった公共空間的なつくりみたいなところが仕掛けられることとかもあると思うんですけど、外飲みのなまちづくりと言いますか、若干違法なのかもしれませんけれどもああいうのはどういふふうに感じられますか。

水嶋

やっぱり人の多い所だと必ず検討しないといけないですね。例えば渋谷とかはそういうのが幾つか検討しなくちゃいけないですね。というのは今でもちょうどセルリアンタワーの裏側の所っていうのはIT企業のインキュベーターがいっぱいいるんですね。マンションの一室で起業している人たち。その近辺はそういう店がないとだめなんですね。そこでやっぱりリラックスしたりとか情報交換したりとかやっている人たちがすでにいますから、そういう場を用意してあげないとその場所からいなくなっちゃって、それがやりやすい場所に移って行ってし

まうんですね。だから中心に割とこう成功者がいて、端のほうにインキュベーターがいるという構造に実はなっているんですね。

服部

渋谷なんかだとそうでしょうね。

水嶋

住宅地に近い所って結構難しいかもしれないですね。ただ、カフェというスタイルであれば比較的やりやすいんじゃないかと思うんですよ。

服部

そうですね。今回の探検隊員でも八つのまちを見ますと、ほとんどエッジですよ。周辺部にインキュベーター的なものが見つかります。

水嶋

エッジにありますね。

服部

そこら辺から立ち上げている傾向はあるんじゃないかと思います。今回八つのまちを探検隊員で見ただんですけども、水嶋さんと榎本さんは今回の探検隊には参加されていないわけですけども、個人的にどこら辺を注目されていますか？あまり注目していないかもしれないですけど、この八つの中でどこら辺が興味深いですか？

榎本

さっき石田さんのお話で出た、車と人との共存みたいな、何て言いましたっけ？

石田

シェアードスペース。

榎本

シェアードスペースですか。あれは何か、それが別にそういう法則があるわけではないけど下北沢がそうだったみたいな。

石田

そうですね。

榎本

そういう制度ではなくてもそうなっていたという事実が、それはそれですごくおもしろくて。もしかするとそういうのって何かいっぱいあるのかなっていうふうに実は思いました。だからそういう意味で下北沢のシェアードスペースというそういう仕組みを一生懸命やっている都市もあるんだけど、自然発生的にそれができて、それがうまく機能しているというのがなんかすごくおもしろいなという。

服部

そうですね。

榎本

制度じゃなくてもできてるとというのが。興味深いです。いわゆる制度で決めるとか、法的にこうだからこうしなきゃいけないとかいろんな縛りがあるじゃないですか。実はシェアードスペースという新しい考え方がもう最初からできていて、あとで追っかけてそういうやり方になった。そういう制度が整ってきているという、その制度ができる前にそれができているというのがすごくおもしろいと思います。

服部

そうですね。

榎本

もっと言うと今のまちがこれから発展していくた

めにはいわゆる制度はこうなだけで心地よくするためには、みんなで気を遣って、互いを思いやればうまくまちはこんなふうになるんじゃないかっていうことを、自治的に運営しながら後追いで制度ができていくみたいなそんなことがもっとどんどん起こっていくとまちはもっとより良くなっていくんじゃないかなと思いました。

服部

そうですね。まあ、シェアードスペースに関しては、下北沢とか吉祥寺、吉祥寺の魅力を再発見して発信されているのは三浦展さんだと思いますけれども、下北沢はやはりニューヨークタイムズの記者だと思うんですね。で、自由が丘のベンチをほめたのはオーストラリアの記者で、日本の商店街とかは全然座れる所がないけど、自由が丘はベンチがたくさんある。自由が丘のベンチを置いたのも商店会の人たちが、九品仏川緑道に置いたことがはじまりです。なんで置いたかという駐輪をやめさせるためにベンチを置いたのですが、区役所がこれに対し公共空間に勝手にベンチを置くなというふうに言っていたんですけども、不法駐輪の対策にはいいじゃないということが分かって、結果的に商店街がベンチを無償で目黒区役所に寄付したら、目黒区が管理することになり、今のベンチが存在しているそうです。このベンチに座れるというのもオーストラリアの記者が新聞に書いてそれでこの事実が世に広まりました。意外に下北沢の勝手な、シェアードスペースなんてオランダとか、今イギリスでも相当やっていますけれども、地元の商店会がやっている事例なんですね。で、今これを良いと思ってはいないというのが今の東京都の姿勢ですから、そういうのをやめさせようということで、道路を作ったりしているわけですよね。だからそこがある意味で残念で、海外がこれいいじゃないと評価するものを壊そうとしているのが行政の関係で、この辺がなんか難

しいところですよ。三軒茶屋も探検隊みんなが大好きだというまちですが、あそこの三角地帯は国道246号線と世田谷通りで結ばれた。飲み屋街ですけど、あそこがまもなく再開発でなくなっています。こういうところが実に多かったです。だからこそ水嶋さんの二子玉川の例のように、ここは残してくれたみたいなアプローチがもうちょっとあると再開発的にもうまくいくんじゃないかと勝手に思ったりもするんですけどね。

水嶋

やはり再開発にしても一企業だけでできるわけではなくて、今は必ず行政だとかその地域の人々と組まないといけないですよ。だからそういう中でもっとそういった調整をすべきだと思うんです。ムード的には何となくそういうところが最近はあるように感じますので、行政間での縦割りで下ろしてくるということではもうないような気がします。

服部

水嶋さんは先ほどの八つのまち中から、水嶋さんご自身も東急沿線の四つのまちについて説明していただきましたが、われわれの発表とか石田さんの発表を聞いて、このまちは印象的だなとか東急にこのまちのここは使えるのではないかなというかなものがあれば教えて下さい。

水嶋

北千住にはやはり電機大がどかんと来るのはやはりかなりのインパクトはありますよね。そういう見方を違う会社だったらしますよね。それで一気に若者が増えますから、そうすると北千住のまちが今後どうなるんだろうかという見方に多分変わっていくと思うんですね。

服部

でも三軒茶屋もどんと日大が来られましたよね？

水嶋

三軒茶屋はもともとあれだけ過密になっていますから（笑）。

服部

そうですね。

水嶋

ええ。あれだけもう人気があるんだというところで、今一番の課題は三軒茶屋の駅から朝乗る人で電車が乗り切れないということで、そちらのほうの問題になっているんです。

服部

来るなど？（笑）そうですね。乗降客数は北千住のほうが多いと思いますけれども。

水嶋

ええ。そっちのキャパのほうの問題になっているので、ある程度人気を確保できればいいんじゃないかという、こういう考え方です。

服部

そうですね。それではあともう少ししか時間がないので、最後の質問です。東京オリンピックまでは、そうはいつでもこれからいろいろ開発のニーズとかも出てくると思いますので、現状のトレンドである程度まちづくりが進んでいくと思いますけれども、ポスト東京オリンピック、東京オリンピック以降、人口も減少していくというか成熟化していく中で、魅力的なまちづくりとはどうあるべきかについて、考えてきましたけれども、幾つかポイントとしてこら辺がという、キーワード的なものでも構いませんので、こうしたきあかん、みたいなものがありましたら、ご意見をいただければと思います。では石田さん最初によろしいですか。最後に基調講演でお話しされ

た三浦展さんからも一言いただきたいと思いますのでよろしくお願い致します。では石田さん。

石田

そうですね。人口は衰退、まちも縮退していくというところで、今もう東京にはなかなか建てる場所がないというふうに、実際に建築家として働いている身としてもすごく感じています。入ってくる仕事はリノベーションがほとんどですし、新築の物件というのはなかなかないわけです。東京にはもう十二分なインフラがあるという意味で、私は東京にはありあまる資源があると思っています。それをどう活用するのか。新しく建てるというよりも今あるものをどうやって活かしていくんだろうと考える方向で開発を考えることが大事なのではないかと思っています。ちょうどその開発、例えば先ほどのアメリカの話だと、ちょうどジェイン・ジェイコブス氏が1961年に「アメリカの大都市の死と生」という本を書いています。

その10年後にもう建築家は都市から撤退しているわけです。それで都市と建築というものがそこできかなり分岐してしまって、今、公共の物件の仕事も幾つかやっているんですけども、やはり、かなり縦割りなわけです。再開発をするとっては、行政の人もあまり知識もないですし、どうやっていいかわからない。都市計画畑の人と、建築畑の人がすごく別れていて、その橋渡しがいないというような状況が続いていて、私は建築学卒業ですけども、割と都市計画寄りの人間だったのでその分野というのは結局のところ今だにニッチなんです。建築家は割と、私もそうなんですけれどもまちを横から地面に立って見るのは得意なんですけど、上から見るのはあまり得意な人はいない。都市計画家という人は地面よりも空から見たいという人が多い。もう柔軟な視点と言いますか、ドローンの視点、上からも見れるし、横からも見れるような視点をつくるような学問を作ってもいいかなというのが正直な意見で

す。それは今後の東京のためにもなると思います。

今、建築畑の人も都市計画畑の人も歩み寄ろうとはして、その分野というのがかなり、体系的ではないにせよ盛り上がってはきているんですね。それをきちんと書き留めておくことというのが今後の東京の開発、また、ストックを生かすということも含めてまちデザイン学みたいなものをつくっておくことということが今後、長い目で見ると必要になってくるのではないかと思います。

服部

ありがとうございます。では水嶋さん。

水嶋

聞こえてくるのはインバウンド対策ばかりでありまして、2,000万人の訪日外客目標が去年で1,973万人ですか、もう達成できるということで、今度は4,000万人だということもいいんですけども、それよりも2030年ぐらいを見据えたときに残すものは残す、再開発はするでいいんですが、結構インフラがへたっているところが相当あると思うんです。

そういうところをこの際にやっておかないと、東

京オリンピック以降、例えば高速道路が崩れるとかいろんなことが起こってくるんじゃないかと思うんです。それでせっかくの機会ですから、ここはやはりインフラの再整備というのがかなり重要なのではないかという気が個人的にはしております。

服部

ありがとうございます。榎本さん、よろしいですか。

榎本

期せずして石田さんと同じ話になるかもしれませんが、都市計画だとかまちづくりだとか、いい都市とか好きな都市とか、小学校、中学校、高校、まちづくりの勉強をした記憶もないですし、良い都市はどんな都市かという話を聞いた記憶もありません。大人になってこんな仕事をしているから初めてそういったことに関わっているだけで、普通の人たちはそれに対して実はあまり自覚的ではないはずなんです。自分の家そのものには自覚的だと思うのですが、その周辺だとかあるいは公共の空間だとか、そういった所にも自覚的になる



ことによって、自分をもっと快適になれるんだというような気分を醸成する、あるいはそういった教育を施すというようなことを今からやっていくという、本当に小さいころから良い都市とはなんぞやみたいな話がすり込まれていたり、教育されていくとより自覚的になり、自分をもっと住みやすい都市に住みたいからここを選ぶとか、自分が住んでいるまちをもっとこうすればもっと自分は快適に過ごせるんだみたいなことになっていくでしょうから、その辺りが取り組めるのであればいいなというふうに思います。

服部

ありがとうございます。それでは三浦展さん、よろしいでしょうか。ポストオリンピックの東京がすべきこと。

三浦

あまりポスト東京オリンピックは興味がないんですけども、僕はこんなに東京に人口が集中しているいいんだらうかと思っていて、爆弾を落とされたらどうするんだかと思うのですが（笑）。やはり榎本さんの話にもあったように、別に東京でなくてもいいんじゃないのという人も出てきているので、これをどう促進するかというのは興味があるところです。もう一つは今お話が出たんですけども、都市というのは中学高校で一般教養として習ってはいないんですね。だから大学に都市関係の新しい学科ができてそれは専門家になってしまうので、だれでも都市についてある程度知っていて、習ったことがあるよというような、要するに美術の授業で誰もがダヴィンチを知っているみたいなことが必要だと思います。ただ、もう習っていないで育った人がたくさんいるので、この人たちもそういうことを知ったほうがいいぞみたいな機運づくりが必要だなと思います。僕は都市というのは人間が一番中心にいますと思っているので都市の歴史も、例えば都市計画史と

かそういう都市史みたいな本を読んでも、やはり建物の歴史なんですよ。それではダメなので、都市史を人間の歴史として書き換えるという作業があるだろうと。それはもっと無名の人たちがこんなものをつくってきたよってということをもっと記述して行く必要があると思うんですね。今、都市史書いてよと言うと、誰かが東京駅を造ったとか丸の内にある官庁街とか日本橋はこうしてというような大きな有名なものの歴史になってしまうと思うんですけども、それはそれであっていいんだけど、あらかわ遊園は誰が造ったのかそういうことは普通は答えられないですよ。でも何十年もずっとあるわけです。そういうものは、実は、あらかわ遊園は本来地元の人が造ったんですね。今風に言えば、非常に新しい公共的なつくられ方をしているのですが、そういうふうに実はポートランドのように自治意識があるとか、都市に対する感覚の強い人がまちをつくっていると云われますが、僕は100年前の東京の人もそうだったと思うんです。

それが軍国主義と高度成長によって中央集権化していったんですよ。本当はあらかわ遊園ぐらいいんな勝手に自分で造っていたわけ。産業地も自分たちでつくっていたという歴史が戦前にあったと思います。ちょうど今、僕そういう本を書いているのですが、普通の無名の人々の歴史としての都市史というものを改めて書く必要があると、僕は書き手としてそう思っています。

服部

ありがとうございます。それではそろそろパネルディスカッションを終わりにしたいと思うんですけども、今回「都市の魅力を構成する要素とは」ということで2カ年調査研究をやらせていただきました。「都市の魅力を構成する要素」は人であるといえますね。人があってその人をどうやって都市の魅力を付加するような『酵母菌』、われわれ『酵母菌』と名付けましたけれども、『酵母菌』をどう育

てていくのかということで、いろいろ検討してきたのですけれども、自覚的な人材を育成しなければいけないということ、教育面的なアプローチも必要であるということと、これから再開発をする上で『酵母菌』が育てられるような『隙間』を意図的に、計画的につくっていく、ことの必要性が浮き彫りになってきたのではないかと思います。

皆さん長い間ご静聴いただきましてありがとうございました。それでは司会者のほうにお渡しします。

司会

パネリストの皆さん、ありがとうございました。そして会場の皆さま、長時間のセミナーへのご参加、ありがとうございました。これをもちまして公益財団法人ハイレイフ研究所主催、「第29回ハイレイフセミナー 都市の魅力を構成する要素とは？ PHASE2」を終了いたします。

なお、このセミナーの映像、講演録は、当財団ホームページにて、後日ご覧いただけるようになります。今回の研究報告に限らず、メルマガでの情報配信も行っておりますので、現在、ご登録のない方がいらっしゃいましたら、この機会にぜひ、ご登録をお願いいたします。本日のご来場、誠にありがとうございました。

第 29 回 ハイライフセミナー講演録

都市の魅力を構成する要素とは？

「東京 10km～20km 圏、その魅力。“生き続けられるまち”とは？」

PHASE 2

発行 2016 年 9 月

発行所 公益財団法人ハイライフ研究所

〒104-0061

東京都中央区銀座1-8-14 銀座 YOMIKO ビル 8 階

Tel. 03-3563-8686 (代表) fax. 03-3563-7987

www.hilife.or.jp

©公益財団法人ハイライフ研究所
