

LIFULL HOME'S  
総研

Sensuous City  
[官能都市]  
2025

## 第3部

特集記事〈寄稿／レポート〉

# Feature Report

3

# 成熟社会の 共感都市再生

前・国土交通省都市局まちづくり推進課官民連携推進室長  
(現・柏市役所副市長)

山田大輔

Daisuke Yamada

●やまだ・だいすけ／長野県長野市出身。2006年国土交通省入省。河川・道路事務所や都市計画課長補佐を歴任するほか、不動産会社、神戸市役所へ出向するなど国・自治体・民間の立場から都市政策の企画立案や事業構築を担当。2022年より都市局官民連携推進室長として都市再生制度や官民連携まちづくりを推進。2025年7月より柏市役所副市長として出向。

## はじめに

都市は、人々の生活と経済活動を支える日本の活力の源泉である。2001年、内閣に都市再生本部が設置されて以降、都市再生特別措置法に基づく制度を活用し、公共公益施設の整備や民間投資による都市開発プロジェクトを通じて、都市の魅力と国際競争力の向上が官民一体となって図られてきた。

しかし、バブル崩壊後の経済低迷を受け“緊急措置”として制度を創設した当時と、現在の社会経済環境とでは状況が大きく異なる。人口増加を前提とした量的拡大の“成長社会”から、精神的な豊かさと生活の質を重視する“成熟社会”へ移行する中で、都市政策にも転換が求められている。

具体的には、SDGsへの貢献、気候変動に備えた暑熱対策や脱炭素、コロナ禍で顕在化したライフスタイルの変化への対応に加え、ウェルビーイングやシビックプライド

の醸成、多世代が共に暮らす包摂的なまちづくりなど、人を中心に据えた豊かな都市生活を育む政策が期待されている。

加えて、建築費の高騰や人口減少による需要の不確実性を踏まえると、容積率緩和のみを軸とした開発手法には限界が見え始めており、より多様なインセンティブ設計が必要な時期に来ている。

こうした背景のもと、国土交通省は2024年11月から「都市の個性の確立と質や価値の向上に関する懇談会」を設置。学識者、自治体、民間事業者と共に、中長期的な視点や地域文化を重視した議論を重ね、2025年5月に『成熟社会の共感都市再生ビジョン』（以下、本ビジョン）を公表した。

本稿では、その要点を紹介しながら、都市再生の現在地と今後の方向性を論じる。



## 都市再生の現在地と萌芽

まず、これまでの都市再生政策の変遷について簡単に振り返りたい。

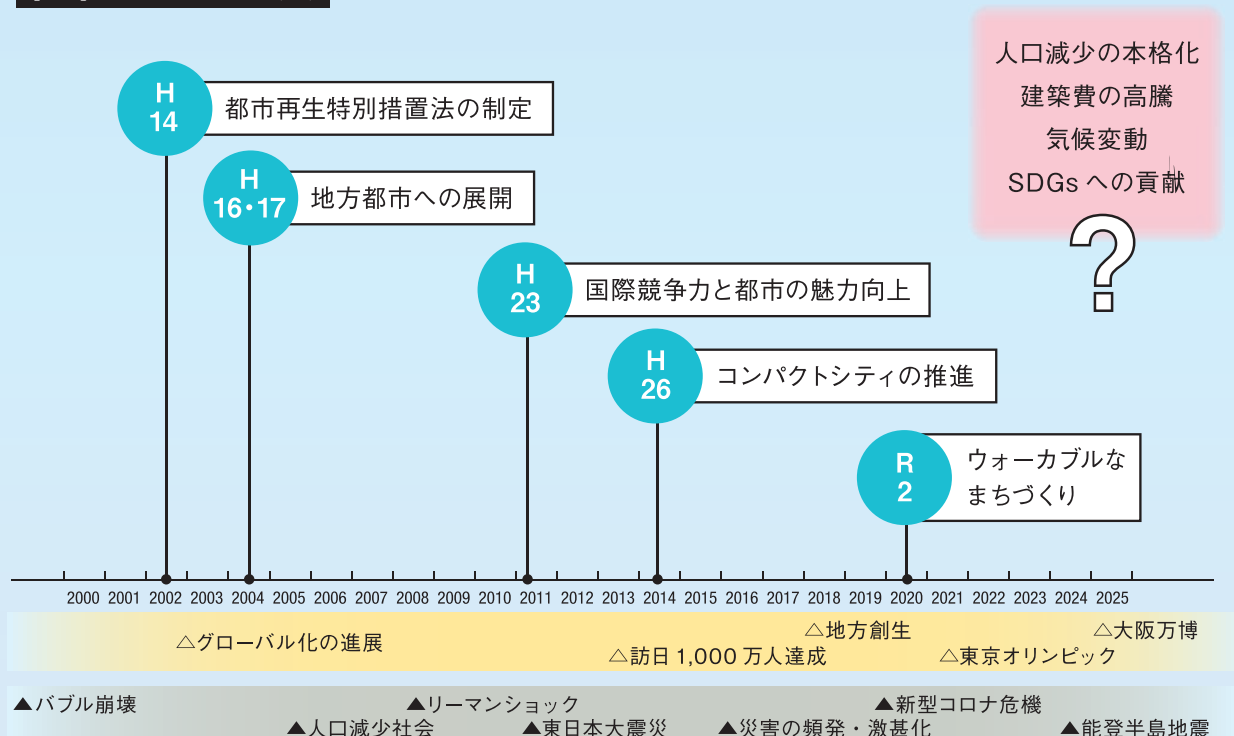
バブル崩壊後の深刻な不況を打開すべく、2002年（平成14年）に都市再生特別措置法が制定された。大胆な規制緩和により民間投資を誘発し、土地の高度利用と居住環境の向上を推進。その後、2004年（平成16年）には「まちづくり交付金」を創設し、全国各地で公共公益施設の整備を後押しした。

その後も、幾度かの法改正を経てきたが、近年の都市再生政策は、海外企業や高度人材の誘致を主眼とする「大都市の国際競争力の強化」、人口減少下での居住誘導と都市機能の再配置を進める「地方都市のコンパクトシティ」の二本柱で進めてきた。但し、前者はGDPの国際的地位の低下や他アジア諸国の台頭など厳しい状況が続き、後

者は政策意義の理解醸成に多大な時間と労力を要することもあり、両者共に政策の進化が課題となっていた。

そこで2020年（令和2年）、都市の多様性とイノベーションに着目した新たな政策として掲げられたのが“ウォーカブル”なまちづくりである。この概念は「歩ける」ではなく「自然と歩きたくなる」ことを重視し、主観的な居心地の良さを政策の中心に据えている。10年前、LIFULL HOME’S 総研が公表した『Sensuous City [官能都市] レポート』が五感と身体性で都市を測った視座と軌を一にするものであり、ハード重視のこれまでの都市再生から人の感覚や営みに重点をシフトした大きな節目ともいえ、本ビジョンでもウォーカブル政策のさらなる拡張可能性を提示している。

【図1】都市再生の変遷（仮）





## 居心地の良さによる磁力の発揮

米国の社会学者、リチャード・フロリダがクリエイティブ都市論において「創造性は居心地の良い場所を求める」と述べているように、“ウォーカブル”なまちづくりは官民のパブリックスペースを人中心の居心地の良い空間に転換することで多様な人々を惹きつける磁力を生み出すことを期待している。そして、人々が集い・憩い・交流することでアイデアやコミュニティが醸成され、地域課題の解決と価値創造の好循環を生み出す——これが、国際競争力強化やコンパクトシティをアップグレードする道筋だ。

推進にあたり重視するのは歩行量ではなく滞在時間と交流機会である。もちろんウォーカビリティの確保には歩きやすさも重要であるため、快適かつ安全な歩行空間の整備も必要であるが、安易にそれを先行させてはよくはない。例えば、街路であればリンク（交通）とプレイス（場所）の

両機能を備えることが肝要であり、前者が移動するための導管として通行時間の短縮を重視していることにに対し、後者はそれ自体が目的地や居場所となることで緩やかに時間を過ごすことを意図している。そのため、自然と滞在したくなるような“居心地の良さ”という人の感覚や気持ちに寄り添ったアプローチを考える必要がある。

それでは、目に見えない“居心地の良さ”とは何なのか。シーンや置かれている状況により人がどのように感じるか定義することは難しいが、多くの滞在者が共通して受ける感覚の把握を試みることで場づくりの精度や滞在者の都市生活の質の向上に繋げていくことも出来るのではないだろうか。そのような思いから国土交通省では民間事業者に協力頂いたアンケートを踏まえて、居心地の良さを

安心感



安らぎ感



寛容性



期待感



居心地の4つの要素イメージ





- ・安心感  
(不快感を感じず安全に滞在・活動ができる状態)
- ・寛容性  
(違和感や疎外感がなく滞在・活動ができる状態)
- ・安らぎ感  
(その場所に安らぎを感じ、  
その場所に留まろうとする状態)
- ・期待感  
(そこで行われる非日常的な活動への期待・  
喜びを創出する状態)

の4つの要素にグルーピングし、各要素ごとに具体的な指標を設け、主観(例:安心して赤ちゃんを連れてこられる場所だと感じる)と活動(例:赤ちゃんを連れてくる人がいる)

の両面から場所の特性を把握するツール「まちなかの居心地の良さを測る指標(改訂版ver.1.1)」を2024年に公表した。これは、日常生活の体験価値に基づく都市の質を測る評価軸を提供したSensuous Cityと同じベクトルへ変化した証といえる。

このように都市再生の変遷を辿ると、これからの礎となるのは人中心の日常の活動や営み、そこから得られる体験価値に依るところが大きく、それを大切に育むプロセスが共感の連鎖を生み、多くの人の幸福度を高める都市に繋がっていくと思われる。

前置きが長くなったが、以上の流れを引き継ぎつつ、今後の社会経済情勢の変化も踏まえた「成熟社会の共感都市再生ビジョン」の視点と方向性について次頁より紹介したい。

## 成熟社会の共感都市再生ビジョン

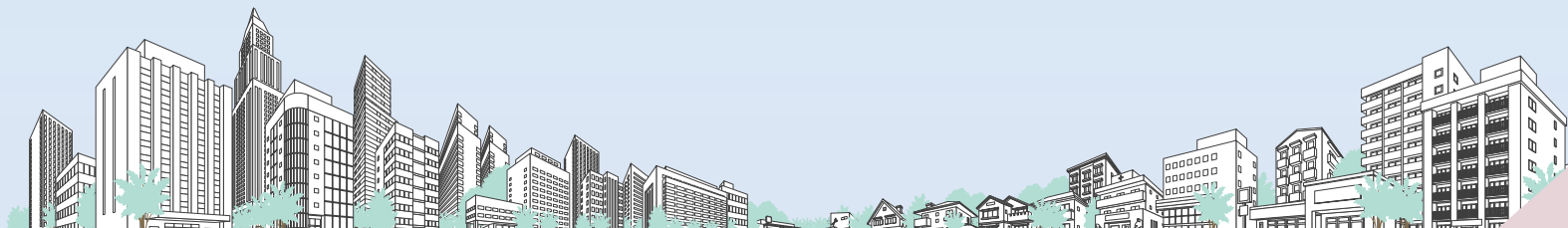
前述の通り、人口減少の本格化、建築費の高騰、SDGsへの貢献など都市を巡る状況は大きく変化している。これからの都市の持続性を考えるのであれば、成長社会に見られた均質化・画一化からの脱却を図り、個性を確立させ、暮らす人・働く人・訪れる人を惹きつける質や価値の向上に一層取り組まねばならない。

その鍵を握るのは何か。それは「固有の魅力」と「共感の形成」である。

都市には、安全性や利便性、快適性の高さといった普遍的な魅力と、その都市を訪れてこそ体験できる地域の歴史・文化、自然や景観、本物の雰囲気といった固有の魅力が存在する。両者を共に高めていくことが、都市の質や価値を高め、人や投資を呼び込む磁力の強化に繋がると考えられるが、都市機能の高度化が一定程度進んできた成熟社会においては、後者をより高めていく観点が重視されるべきである。ナラティブな視点から地域に息づく歴史・文化、人々の思いやその地を醸す雰囲気を守り、コミュニ

ティやローカルビジネスを育成しながら、都市の個性を確立していくことが望ましい。特に、人口流出、地域経済の縮小等に直面する地方都市においては、地域資源を存分に活かしつつ固有の魅力を高めることで、いわゆる“シビックプライド”の醸成、域内経済の循環の構築に繋げることが求められる。

これらは一朝一夕では実現しない。都市の固有の魅力は、長年かけて形成された環境を舞台に人々の営みが重なり、時間の経過を経て、徐々に醸成され「発酵」していくものである。また、短期的な収益を追求する利己的な開発ではなく、地域全体へ裨益する公共的価値を再認識し共創していく過程で形成・発現するものであり、地域住民や就業者、来訪者、事業者、行政などの協働と共感なくしては実現されない。そして、これらの共感の形成・連鎖には上述の中長期的な時間軸とプロセスが不可欠となる。



## 【図2】成熟社会の共感都市再生ビジョン

### 目指すべき都市再生の方向性

- ・我が国は、人口増加局面で量的拡大を追求する成長社会から、精神的な豊かさや生活の質、価値の向上に重きを置く成熟社会に移行。
- ・建築費の高騰による影響、人口減少等による需要の不確実性を踏まえ、都市の個性や質や価値に注目し、大都市と地方都市とが連携しながら、中長期的に持続可能な都市の再生を図る必要。

引き続き、都市の**普遍的魅力**を向上させるとともに、画一化することなく**固有の魅力**を一層高めていくため、官民連携の創意工夫を促し、これを評価することで、年に人々の共感を呼び込む施策を推進。

安全性の高さ  
利便性の高さ  
快適性の高さ  
：

都市の  
普遍的  
魅力

都市の  
固有の  
魅力

地域の歴史・文化、自然・景観  
本物の雰囲気（オーセンティシティ）  
コミュニティ、ローカルビジネス  
：

子どもから若者・高齢者まで多世代が共創し、多様な価値観を包摂するインクルーシブなまちづくりを進めつつ、両方の魅力をともに高め、育てることが、人や投資を呼び込む都市の磁力の強化に繋がっていく。

必要な  
視点の  
ポイント

①「経済的価値」と「公共的価値」を  
官民連携で両立するために  
計画段階からの協働を促進

②都市の固有の魅力に着目し、  
地域資源である  
既存ストックの活用を促進

③まちを「育てていく」という視点により、  
将来の可変性・柔軟性を許容する  
「余白」の創出を促進



「みどり」と融合した生命力あふれる  
都市空間（グラングリーン大阪）



官民連携によるアーバンデザインの策定  
（群馬県前橋市馬場川通り）



まちと人の関係を「発酵」させる  
支援型開発（下北線路街）



民有地を活用した「路地の公園化」  
（Slit Park YURAKUCHO）

### 取り組むべき施策

#### 1. 協働型都市再生によるウェルビーイングの向上

- 事業環境の変化を踏まえ、限られた事業費の中で収益を最大化する観点から、魅力的な施設の整備及び管理運営に課題。
- 脱炭素化等による環境負荷の低減、地域固有の文化の振興等に対応する都市再生の理念を構築し、ウェルビーイングの向上を促進。
- 持続的なエリアマネジメント、地域創生、アフォーダビリティの確保等、ソフト面含む多様な工夫を講じる公共貢献の評価を促進。

#### 2. 余白を楽しむパブリックライフの浸透

- 都市に将来の可変性・柔軟性を許容する「余白」を残すことで、パブリックスペースにおける多様な活動を創出する視点を重視。
- ウォーカブル政策とほこみち・交通政策との連携、民地も含むパブリックスペースの更なる利活用、事業初期期の準備段階の充実を促進。

#### 3. 地域資源の保全と活用によるシビックプライドの醸成

- 登録有形文化財、地方指定文化財、昭和期に建てられた魅力的な建造物など、毀損・滅失の危機にある地域資源をまちづくりに活用。
- シビックプライドの醸成による域内への磁力の強化、国内外の観光客の誘客による域外から稼ぐ力の強化・保全への再投資が必要。
- 関係省庁と連携して、歴史まちづくりの裾野の拡大、将来的な活用を見据えたエリア価値を高める地域資源の保全を促進。

#### 4. 業務機能をはじめ多様な機能の集積による稼ぐ力の創出

- 都市は、創造的活動を活性化する「共創の場」として、ヒト・コト・アイデアが集い、出会い、新たな価値やイノベーションを創造・創出する舞台。
- 立地適正化計画に業務機能をはじめ様々な機能を位置付ける等により、居住機能との近接性の確保による居住者の利便性向上を促進。

#### 5. 共創・支援型エリアマネジメントによる地域経営

- エリアマネジメント団体は、主体的に地域に関わり合いながら、居住者や来訪者等と新たな価値や営みを共創し、地域経営を担う存在へ。
- 計画段階から将来的な管理運営を見据えた仕組みづくりや、エリアマネジメントの官民協調領域を位置付けた活動計画の策定を促進。



空の広さにこだわった  
ウェルビーイングタウン（GREEN SPRINGS）



有志コミュニティによる  
パブリックライフ（シモキタ芸芸部）



歴史的資源を活用したシビックプライドの  
醸成（愛媛県大洲市）



官民協調によるエリアマネジメント  
（兵庫県神戸市 サンキタ広場）

【出所】「都市の個性の確立と質や価値の向上に関する懇談会」中間取りまとめ概要資料より作成

本ビジョンでは以下5つの方向性を提示した。

## 1 協働型都市再生による ウェルビーイングの向上

第一の柱として掲げられるのが、官民の協働による都市再生を通じたウェルビーイング（身体的・精神的・社会的な幸福）の向上である。従来、都市再生においては経済合理性や物理的な整備が重視されがちであったが、本ビジョンでは、住民・事業者・行政・大学・NPO等が計画段階から対等なパートナーとして関与し、「経済的価値」と「公共的価値」の両立を目指すことを示した。特に、気候変動や高齢化に対応する形で、バリアフリー化、暑熱対策、緑化などのハード整備とともに、アートや地域コミュニティイベントといったソフト施策を一体的に展開することが重視されている。こうした取り組みは、都市空間が単なる機能的場ではなく、人々の暮らしの質を高める基盤として再定義されることを意味している。

## 2 余白を楽しむパブリックライフの浸透

第二の柱では、都市空間における「余白」の価値に着目する。高度成長期以降、都市は空間を最大限に効率化し、余剰を排する方向で整備されてきたが、成熟社会においては、活動の自由度を担保する「余白」の存在が、人々の創造性や滞在意欲を育む鍵となる。本ビジョンでは、民有地や空地も含めたパブリックスペースの利活用やまちづくりの初動期の重要性に鑑み、準備段階の充実や暫定利用、社会実験、日常的な居場所の創出といったアプローチを奨励している。また、ウォーカブル施策、駐車場・交通政策との連携を通じて、引き続き人中心の居心地の良い場づくりを推進していくこととしている。

## 3 地域資源の保全と活用による シビックプライドの醸成

第三の柱では、地域に埋もれた文化的・歴史的資源に光を当て、それらを保全・活用しながら、地域住民の誇りを醸成していく視点が強調されている。ここでいう地域資源には、文化財に指定されていない歴史建築や日常に根ざした景観も含まれる。また、無形の文化資源である地域の伝統行事や芸能の継承も視野に入れながら、まちづくりと観光・文化政策との連携強化を進めていく。

## 4 多様な機能の集積による稼ぐ力の創出

第四の柱は、都市における「稼ぐ力」の再構築である。都市は単なる居住・通勤の場にとどまらず、創造性や交流を生むプラットフォームとしての役割が期待されている。そこで、都市再生ではオフィス、研究・開発、文化、教育、医療、住まいといった多様な都市機能を集積し、相互作用によって地域経済を活性化する空間構造を形成する。特に、人々が徒歩や自転車でアクセスできる範囲に、都市アメニティや機能を集め、都市の利便性と暮らしの快適性を両立させていくことを重視している。

## 5 共創・支援型エリアマネジメントによる 地域経営

最後の柱では、エリアマネジメントをエリアの質や価値の向上のために不可欠な活動と位置付け、エリアマネジメント団体を地域全体を経営する存在へと進化させる方向性を示した。特に財源や人材確保の課題に対して、官民協調の領域を明確に定める計画の必要性や従来の「受益者負担」に基づく考え方ではなく、負担者に適切な受益をもたらすという「負担者受益」に発想をシフトし、資金や人材を提供したくなるようなインセンティブを組み込んだ仕組みづくりの必要性を示している。





今後、法改正を見据え具体的な制度検討を進めていくことになるが、最後に事務局担当者として本ビジョンでこだわったポイントや意義を3点紹介しておきたい。

## 1 経済的価値と公共的価値の両立に向けた 創意工夫の積極的な評価

これまでの都市再生は、都市機能の高度化と都市の居住環境の向上を目的としてきたところであるが、今後は防災性の向上、脱炭素化等を通じた環境負荷の低減、地域資源の保全・活用を通じた地域固有の文化の振興、地域住民や就業者などのウェルビーイングの向上に軸足を置き、開発プロジェクトにおいても経済的価値のみならず官民共創による公共的価値を重視することを明確に打ち出した。

そのため、公共的価値に繋がる創意工夫を積極的に評価していく姿勢を示し、これまで公共公益施設やインフラの整備などハードや機能の充実を主としてきた公共貢献に関しても、エリアマネジメントや地方創生への寄与、歴史文化や地域産業の継承や振興、アフォーダビリティの確保など、ソフト面を含む多様な工夫を講じる貢献を柔軟に評価していくことを推奨している点が大きな意義と捉えている。

## 2 文化を「まもる」ことへの注力

人口減少下においてストックの飽和も見られる成熟社会では、「つくる」ことから地域資源を積極的に「つかう」方向へのシフトは自明の理としてこれまでも言われてきたことであるが、都市再生の枠組みの中で改めて地域固有の魅力となる歴史・文化資源に着目したことは前進であり、本ビジョンで「つかう」前段階の「まもる」ことに注力する姿勢を表明したことに大きい意義を感じている。

城郭や寺社仏閣等の文化財や、文化財指定を受けていないものの歴史的価値を有する建造物、地域のアイデンティティとなる昔ながらの街並み、雑多性を帯びたローカ

ルでディープな界隈などは、その地域固有の魅力となる象徴性を有し、愛着やシビックプライドの醸成を図る上でも重要な要素となるが、所有者の自主保護に委ねられることや都市機能の更新のために毀損・滅失の危機にあるものも多い。

今回のとりまとめではこのような地域資源の活用だけではなく、保全することも重視し、具体的な用途が定まっていない状況においても、地域の意向を踏まえて措置を講じていくことや開発プロジェクトにおいても、地域の歴史や文脈の継承を図り、そのオーセンティシティを確保していくべきと示している。

## 3 空間的・時間的・主体的な余白の重要性

最後は今後の都市再生における余白の重要性である。不確実な将来に対応できるよう柔軟性や可変性を許容していくことが求められるが、そのために余白の存在は欠かせない。

例えば、立川駅前のGREEN SPRINGSでは容積を使い切らず空の広さとゆとりを重視した「空間的な余白」を設け、来訪者の健康的なライフスタイルやウェルビーイングの向上を目指している。

また、まちを育てていく観点からは、竣工時やまちびらき時にピークを迎えるのではなく中長期的に迂回しながら経済的価値や公共的価値を生み出す「時間的な余白」を予め含んでおくことが肝要である。

そして、共感の形成・連鎖や固有の魅力や新たな価値を共創していくために、場づくりやプロジェクト推進に際して、パブリックライフの本質とも言える「個」の関わりを自然と促す「主体的な余白」をデザインすることが必要である。

このように、余白は、いかに早く、詰めて、完成させるかを志向してきた従来の価値観の転換を促す触媒となるものであり、ポジティブな創出を期待している。



## おわりに

最後にパブリックライフとは何かについて触れながら本稿をまとめたい。

パブリックライフ研究を長年続けてきた都市計画家ヤン・ゲールは「屋外で起こるあらゆる活動であり、私たちが目にすることができる活動」と表現しているが、私は吉江俊氏（東京大学都市工学科都市デザイン研究室講師）が著書『〈迂回する〉経済の都市論』において、ドイツ系ユダヤ人の哲学者ハンナ・アーレントの『人間の条件』を用いた定義が胸に落ちている。

ハンナ・アーレントはユダヤ人として収容された経験を持ち、アメリカに亡命した終戦後になぜホロコーストのような人類に対する犯罪が起きたかを考察し、以下を述べている。

「誰」として扱われるとき、その人は多様でそれぞれが唯一無二の人間として接せられる

「何」として扱われるとき、その人は「会社員」や「父親」などの属性のひとりであり代替可能な部品である

人を「何」＝交換可能な記号として扱うことがホロコーストの大量殺戮を可能とした

人が「誰であるか」は、他者に見られ聴かれることで現れる。これが公共空間の役割である

これを踏まえ、吉江氏はパブリックスペースを「人々が自由にアクセスできる空間であり匿名的な『何』としてふるまう人々がふいに『誰』に変わり、人と人との顕名の関係が構築される空間」、パブリックライフを「人々を『誰』として目撃することにより、多様な人々が同じ社会を生活しているという共通の土台（共在感覚）を実感できる生活のこと」と定義している。

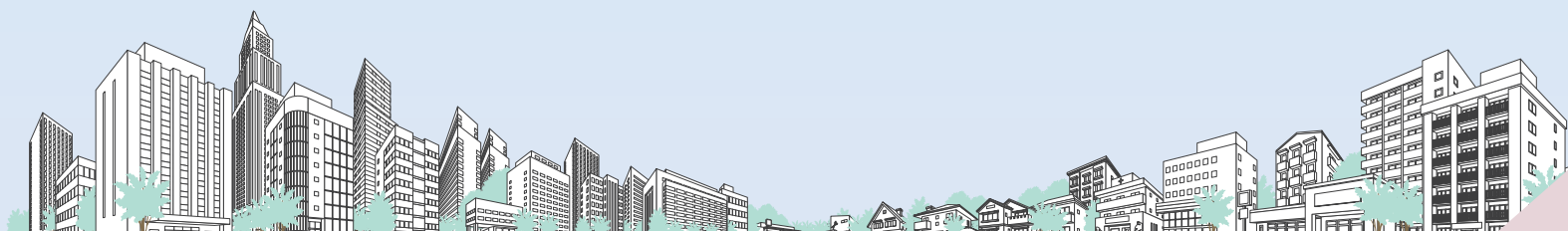
これから分かるのは、パブリックは誰のものでもあるということだ。そして、個としての表現、行動を実感できる余白をまちに織り交ぜていくことが今後の共感都市再生の重要なファクターと私は考えている。

成熟社会の都市再生には、空間的・時間的・主体的余白を備え、未完であり続けることを寛容的に受け入れていく姿勢が求められる。そして、人の身体性や文化・歴史・自然のナラティブな価値観も踏まえながら都市の質や価値、固有の魅力を磨き続けていく必要がある。

本ビジョンで掲げた理念や方向性が浸透し、中長期的な視点や地域文化を育む観点が各地で取り入れられ、原動力となる共感を呼び込むような着実な変化をもたらすことを期待している。

### 参考文献等

- ・成熟社会の共感都市再生ビジョン（2025年）／国土交通省都市局
- ・まちなかの居心地の良さを測る指標（改訂版ver.1.1）（2024年）／国土交通省都市局
- ・クリエイティブ都市論（2009年）／リチャード・フロリダ
- ・パブリックライフ入門（2016年）／ヤン・ゲール、ピアギッテ・スヴァア
- ・〈迂回する経済〉の都市論―都市の主役の逆転から生まれるパブリックライフ―（2024年）／吉江俊
- ・人間の条件（1958年）／ハンナ・アーレント
- ・空と大地と人がつながる“ウェルビーイングタウン” GREEN SPRINGS <https://greensprings.jp/>



吉江俊氏 × 島原万丈

『〈迂回する経済〉の都市論』著者に聞く

# 都市計画の未来： 「Sensuous」と 「迂回」の視点から

東京大学  
大学院工学系研究科  
都市工学専攻講師

吉江俊氏

LIFULL HOME'S  
総研所長

島原万丈



●よしえ・しゅん／専門は都市論・都市計画学。早稲田大学創造理工学部建築学科・同大学院修士課程卒業。後藤春彦研究室にてまちづくりの取り組みや建築設計に従事するとともに、消費社会下の都市空間の変容を追う「欲望の地理学」の研究を進める。早稲田大学にて2015年から10年間「空間言論ゼミ」を主宰。民間企業との共同研究のほか東京都現代美術館「吉阪隆正展」企画監修や早稲田大学キャンパスマスタープラン作成（内容は『〈迂回する経済〉の都市論』第13章に掲載）など活動は多岐にわたる。単著に『住宅をめぐる〈欲望〉の都市論』（2023年2月、春風社）ほか共著多数。趣味は料理。

都市計画、まちづくりは「迂回」すべきなのか——

センシュアス・シティを考察するための必読書

『〈迂回する経済〉の都市論』の著者、吉江俊氏のインタビューが実現。

経済成長至上主義の都市開発は本当に豊かな生活を生むのか？

〈迂回する経済〉とはそもそも何か？ 目指すべき都市計画の未来とは……

LIFULL HOME'S総研所長の島原万丈が問う



## Sensuous City2015

**島原万丈（以下、島原）** 吉江先生の『〈迂回する経済〉の都市論』、拝読しました。出版社のメールマガジンでふとタイトルに目が留まったのがきっかけでしたが「おっ!」となって即購入して熟読しました。読み始めてからすぐに、都市に対する目線や態度というか姿勢の根底が2015年にLIFULL HOME'S総研で発表した『センシュアス・シティ』と共通していると感じていました。まずは、10年前の『センシュアス・シティ』の感想をお聞かせいただけますか。吉江先生は『センシュアス・シティ』をどう読まれたのでしょうか。

**吉江俊（以下、吉江）** 画期的な調査が現れたなというのが当時の印象です。従来のアンケート調査、マクロ調査には限界があり、経験的、実存的な側面が全然すくえない中で敢えて「動詞で測る」というアプローチを採用した、挑戦的な調査だなと思いました。都市計画系の人たちはみな知っている調査ですよ。経験を通してある種のパブリックライフを評価していると思ったし、〈迂回する経済〉と似ている姿勢ではある気がします。

**島原** 僕が吉江先生の本に同じ目線を感じたのは間違いじゃなかったというわけですね。

**吉江** 実はマクロ調査にはいろんな指標があるものの、結局、何がどれくらいあればどうなのかというのは定かでない

ことが多いんです。この地域の値が全体の平均値より多いか少ないかといったって、それが良いか悪いかとは別です。客観的指標って、調査方法が科学的であればいかにもすごそうだけど、根本がぐらついている部分もあります。それに対して、住んでいる人、もしくは外から来た人は「このまちをどう経験したのか／感じたのか」というのが、ある種の「答え側」の調査で、それを実施しているのがおそらく『センシュアス・シティ』だったのだろうと感じています。

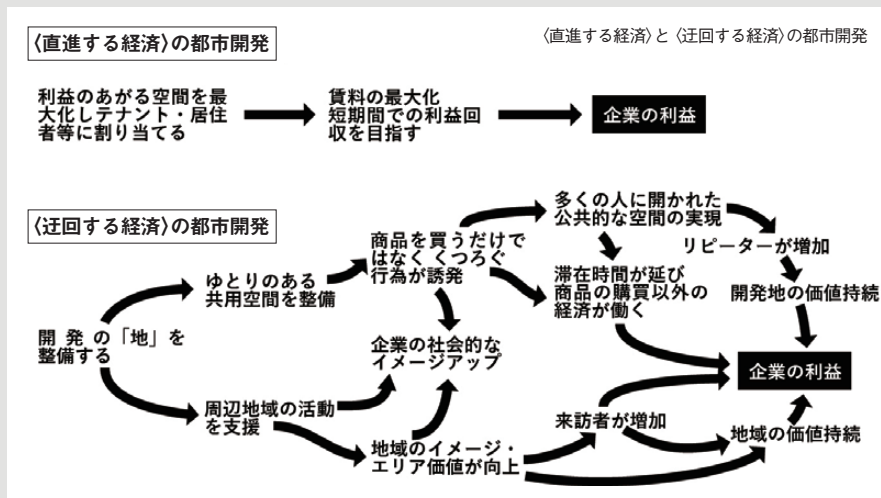
## パブリックライフ・パブリックスペース

**島原** 吉江先生からそのお話が聞けて嬉しいです。それでは『〈迂回する経済〉の都市論』についてお聞きしたいと思います。衝撃的だったのは、〈迂回する経済〉という言葉。ということだろう？という新鮮な驚きを覚えています。〈迂回する経済〉という言葉で都市に対して何を提案されたかったのでしょうか。

**吉江** ありがとうございます。〈迂回する経済〉とは何か？については、この本の中では〈直進する経済〉と〈迂回する経済〉という対比をモチーフにしています。都市で経済活動を展開していくときには、そのエリアの価値を高めていく必要があります。商業施設なら敷地内だけでなく基盤となっている「エリア」を育てるところからスタートしないといけません。何を育てるのか——そこで「パブリックライフ」を豊かにすることが、エリアの価値を高めることに還っていくアプローチではないかと。



〈迂回する経済〉の都市論（学芸出版社）



**島原** パブリックライフと同様、パブリックスペースも本書の重要なキーワードとなっていますね。

**吉江** パブリックスペースについてですが、いわゆる都市型アセットの開発事業では床面積の最大化のみが目的の開発が多く見られました。とくに90年代には、建築規制の緩和を目的としてつくられた公開空地はアリバイみたいなものが多くて、何に使うのか?と言いたくなるような細長くても何もない舗装空間ばかりができてしまった。本当はつくりたくないのに嫌々つくったパブリックスペースって良くないですね。都市開発においては、本当にやりたいことと建前上やらないといけないこと、つまり「本音」と「建前」が縫合されるべきだと思います。そのためには、パブリックスペースをつくるのが利益として還元されないといけないので、それを〈迂回する経済〉という考えで説明できればと考えています。

**島原** 都市開発や住宅プロジェクトに限らずいろんな領域でも〈迂回する経済〉というコンセプトは使えそうだと感じました。さて、吉江先生の研究には、「パブリックライフを耕す」というのが大きな理念としてあると思いますが、そういう観点で、これまでの都市計画には抜けていたということでしょうか。

**吉江** そうですね。「パブリックライフ」という言葉が日本で定着したのは最近のことですが、日本語で言語化しづらい言葉でもあるんです。たとえばパブリックスペースなら「公共空間」と表せます。ただ、日本の場合は公共空間という国や自治体など公の組織が所有する空間という意

味があるので、公開空地やちょっとした空間も含めて「パブリックスペース」という言葉で包んでいる面もあります。「パブリックライフ」の言語化はもっと難しくて、訳語がひとつも思いつかない(笑)。

**島原** 著書の中では哲学者のハンナ・アーレント<sup>※1</sup>を引用されているのが印象的でした。「現れ」という概念を使ってパブリックライフを説明されていましたよね。

**吉江** アーレントは「その人自身」として人と人が関係を結ぶ状態のことを「誰と誰」の関係としました。つまりその人自身は「誰」であるということです。それに対して「何」とは属性のことを言います。「あなたは何?」と聞かれたら「学校の先生です」、「日本人です」など職業や肩書、国籍などを答えると思います。学校の先生=真面目そうといったレッテルや想定を持ってしまいがちですが、実は人はそうではありません。それが分かる瞬間があって、属性の中の1人である「何」の世界から、その人自身である「誰」として飛び出てくる、それをアーレントは「現れ」としました。人間は「誰」として現れることができる機会があるべきで、その「現れ」を発生させる可能性を持つのがパブリックスペースの役割であるということです。ですから、「何」だと思っていた人が「誰」として見えるようなパブリックスペースの営み、それをパブリックライフと呼んでみたいと思います。コロナが後押しにもなってパブリックライフの重要性は認知されるようになりました。Park-PFIの広まりもそのひとつではないでしょうか。ただ、今はその良さを深掘りすることより、実現するためのスキームや運営手法を論じることが多いような気がしています。都市計画全体的にみて、手法論に特化してく風潮がありますね。それも必要ですが、そもそもパブリックライフやパブリックスペースとは何なのか、何がいいのかという議論が深まればと思っています。

### 都市の匿名性とパブリックライフ

**島原** 『センシュアス・シティ』での大きなテーマに、都市における「匿名性」があります。アーレント的な文脈でのパブリックライフは親密なコミュニティと親和性が高い印象を受けますが、実際には、都市にはある程度匿名性も



必要で、「誰」でありつつ「何」ではないという微妙なグラデーションがあると思えるのですが。

**吉江** それでふと思い出したのが福岡の中心部にある警固公園※2です。広い空間にひとりの人や何人かのグループもいて、人の在り方にバリエーションがあって。各々なのにとまとまりがある、とてもいい雰囲気でした。都市の良さのひとつはこのような匿名性だとも思います。僕のゼミではオフラインミーティングの研究をしたことがあります※3、これが面白かったです。『ジモティー』の掲示板にはオフ会の募集が連日何百件とあるわけです。中でも自身のコンプレックスなど、ちょっと自分がマイノリティだと感じている人が共有できるオフ会があって、その募集数を都市の人口規模別に調べてみたんです。すると人口30万人以上の都市部ではマイノリティたちのオフ会が連日開かれています、人口規模が小さくなるとオフ会は減っていきます。なぜかという、募集した段階でバレてしまう、匿名性が失われることがリスクになってしまうんです。大きな都市には匿名性による助け合いのような状況が自然と生じていて、これは都市の匿名性のいいところです。結局、コミュニティによる解決なのか、匿名性による解決なのか考えさせられました。

**島原** そのふたつを併せ持っているのがパブリックライフということでしょうか？

**吉江** そうだと思います。

**島原** 前回の『センシュアス・シティ』では文筆家の小野美由紀さんが銭湯のことを書いています※4。ライターとして独立したばかり、東京でコネもなくひとりで寂しいという

ときに銭湯で救われたという話です。銭湯でのコミュニケーションは、しゃべるわけではないけれどもつながりを感じる、いわばサイレントコミュニケーションです。銭湯と同じように、公園でもコミュニケーションは取らないけどなんとなくこの場を共有しているという感覚はありますね。これらが吉江先生が書かれていた「共在感覚」なのかと感じています。

**吉江** 次に来たときにまたあの人がいる、みたいな。知り合いでもないし話もしないけれど間接的な知り合いのような感覚は生じます。銭湯の場合は物理的に湯舟でつながっているこのともあり「場」を共有している感が強いと思います。しかも服も脱いだ一番無防備な状態ですから。

**島原** 以前、首都圏を中心にひとり暮らしの孤独度合いの調査をしたことがあるのですが※5、ひとり暮らしで地域のお祭りが盛んなまちに住むことは、やや孤独度を高めるという意外な結果が出ました。一般的には「孤独にさせないためのコミュニティづくりをどうするか」が論じられますが、ひとり暮らしで社会的に孤立しがちな人は、コミュニティの結束が強い地域に住んでいるほうがむしろ孤独を感じるという。

**吉江** 確かに祭りは団結の強さによってハードルが高まるので、参加できる人はほんの一握りになることもあります。参加できる人は孤独を感じないのだろうけど、そこに入っていけない人たちはよけい孤独になる。調査結果は多分正しいのだと思いますが、その調査が面白いと思うのは、別の分析方法をとると逆の結果になる可能性もあるところです。つまり、祭りによく参加する人は帰属意識があるはずなので、数値上は「祭りへの参加度合いが高いほど孤独

※1 ハンナ・アーレント(1906年~1975年):アメリカ合衆国の哲学者・思想家。ドイツ系ユダヤ人でナチスから逃れパリへ、第2次世界大戦中にナチスの強制収容所から脱出しアメリカへ亡命した。『全体主義の起源』(原書1951年)、『人間の条件』(原書1958年)など

※2 警固公園(けごこうえん):福岡県中央区天神、大都市の中心部にある公園。広さは11382㎡。問題だった犯罪や迷惑行為の抑制のため警固公園再整備事業が実施され平成24年12月にリニューアルオープン。福岡大学工学部景観まちづくり研究室プロジェクト・レポートに詳細がある  
<https://www.tec.fukuoka-u.ac.jp/tc/labo/keikan/kegopark.htm>

※3 オフラインミーティングの研究:「社会的少数者によるオフラインミーティングの諸相と開催都市の人口規模による差異」廣瀬耀也、後藤春彦、吉江俊 日本建築学会計画系論文集/85巻(2020)778号

[https://www.jstage.jst.go.jp/article/aija/85/778/85\\_2671/\\_pdf/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/aija/85/778/85_2671/_pdf/-char/ja)

※4 小野美由紀さんの記事:「都市のなかの人生ターミナル トークー・銭湯学」は2015年版『Sensuous City[官能都市]』p150~p157に掲載。現在はWEB版で閲覧可能 [https://www.homes.co.jp/search/assets/doc/default/edit/souken/PDF2015/sensuous\\_city\\_07.pdf](https://www.homes.co.jp/search/assets/doc/default/edit/souken/PDF2015/sensuous_city_07.pdf)

※5 ひとり暮らしの孤独度合いの調査:2020年にLIFULL HOME'S総研より発行された「住宅幸福論 Episode3 Lonely happy liberties ひとり暮らしの時代」  
<https://www.homes.co.jp/souken/report/202006/>



は和らぐ」という結果は出ますよね。そうすると、「祭りが大事だ」という結論になってしまう。しかし実際には、祭りは孤独な人を一層孤独にしているかもしれない。聞き方によってミスリードにもなるというのは考えさせられます。どちらにせよ、コミュニティは、疎外や排除と表裏一体になってしまう面があるのも事実です。銭湯にしても小さなところで常連ばかりだと行きづらいですよ。

**島原** 飲み屋も常連で固まっているところはちょっと敷居が高くなりますね。確かに、東京はコミュニティにおける人と人のつながりという部分は地方に比べると少ないですが、逆に匿名の気楽さがあります。一方地方都市ではコミュニティのつながりは強いだけでも、匿名性がなさすぎて息苦しい面もあるのではと感じています。

**吉江** 僕も地方でまちづくりに関わるときには、地元の人に「どこでデートするんですか？」とよく聞いていましたね（笑）。誰と誰が付き合っているかすぐばれてしまう環境なので。

**島原** それ分かります（笑）。『センシュアス・シティ』では、ロマンス指標として「デートした」という指標があるのですが、地方で講演するとすごく受けるんですよ、とくに女性に。「そうそう、デートできる場所がないの、このまちに！」といった感じです。地方は強固なコミュニティがある一方で、匿名性の高い都市生活はショッピングモールにかなり依存してしまっていて、その中間域部分である、パブリックスペースのようなものがあまり機能していない印象です。〈迂回する〉〈直進する〉の対比で言うと、地方ほど余裕がなくなっていて、即利益にならないことができなくなっているような気がしています。

### 〈迂回する経済〉の誕生

**島原** 〈迂回する経済〉はこの言葉だけでその問いにハッとされられる素晴らしいキーワードだと思います。これは「直進する」という言葉より前に「迂回する」を思いついていたのでしょうか。

**吉江** そもそも僕自身の道のりからになりますが、早稲田大学の後藤春彦先生の研究室にいたときは、地方の自治体から委託されるプロジェクトが多くて、宮城県加美町で5年間、佐賀県多久市で2年半まちづくりプロジェクトに関わったりしていました。そのうち民間企業との共同研究の必要性が叫ばれるようになったのですが、民間企業との研究はプロジェクトの規模や金額からいっても、もうコンサルタントの仕事で大学生が関われる領域でなくなってしまう。「大学の役割はなんなんだろう」と当時、僕はすごく葛藤していました。そういう中でポラスグループ（埼玉県越谷市を拠点とする不動産グループ。以下、ポラス）※6と早稲田大学研究チームとの共同研究が始まったのですが、コロナ禍になってしまって。ただ、ポラスとしてはコロナ期間中がこれまでで一番住宅が売れていると。それを聞いて「郊外に何が求められているのだろうか」と疑問を持ったのが始まりです。すでにハウスメーカーは住宅だけをつくるのではなく、周りの住宅や市街地全体のバリューが上がることを考えないといけない時期にきていると感じていたし、日本のかなりの面積のまちが郊外にあてはまるわけです。越谷はベッドタウンという印象が強いですが、日光街道の宿場町であったストーリーを生かすことはできないかと考えるようになって。ただ、まだこのときは〈迂回する経済〉という言葉は浮かんでいませんでしたね。

**島原** それが現在につながっていくのですね。何かきっかけはあったのでしょうか。

**吉江** 立川の「GREEN SPRINGS」や下北沢の「下北線路街」※7を見たときですね。センセーショナルな事例を見た！と衝撃を受けてしまって、その帰りには〈迂回する経済〉と言ってました（笑）。越谷でぼんやりと浮かんでいたストーリーが明確になって、極端にやれば「GREEN SPRINGS」「下北線路街」のようにできるんだという、可能性が見えた感じです。つまり、2020年の春あたりが〈迂回する経済〉の誕生で、そこからずっと考えているというわけです。

**島原** なるほど！「GREEN SPRINGS」の開業あたりがきっかけだったんですね。あれは本当に画期的な開発だと

思います。

**吉江** ええ、まず従来のディベロッパーではできないことでしょう。土地の持ち主である企業自らが開発計画において容積率を下げることはほぼないことです。「下北線路街」の小田急電鉄にしても、僕の本の中で紹介しているのは身を削った人ばかりなので、どの企業でもできるわけではないとも言われます。最近では「グラングリーン大阪」ができましたよね。あれが面白いと思ったのは、広大な公園をつくるという判断を大阪市がしたところですよ。<sup>※8</sup>

**島原** 民間企業でも空地はつくるにせよ、あれだけ広大な公園や広場に面積は取らないですよ。

**吉江** 本当に大阪市が判断を下したところがポイントです。立川や下北沢の再開発は事例としてはいいけれど、今はまだ民間にしわ寄せがきている、という声はまちづくり関係者からも聞かれます。「行政がサポートしてくれてない」ということをもっと僕に書け、と（笑）。

**島原** 僕は基本的に再開発には批判的な立場ではありませんが、大丸有エリアや日本橋エリアは企業が威信をかけてやっていますし、やはりあの空間の質やエリアマネジメントの取り組みは認めざるを得ません。ヒルズも賛否あるいは好き嫌いはあるものの、否定できない精度で開発をしていますし運営もさすがだなと思います。ああいう超大手ディベロッパーは自分のお膝元の開発では、「迂回」と「直進」が矛盾しないことを本能的に知っているのだと思います。そういう意味では、沿線価値を上げることで長期的な収益安定が見込める電鉄会社やバス会社がもっと『迂回する経済』の都市論』に触発されてほしいと思います。



**吉江** 民間で〈迂回する経済〉の最初のプレイヤーになり得るのは、土地を持っている企業だと思います。大丸有で取り組んでいる三菱地所もそうですね。電鉄会社でいえば、駅舎がその地域でいちばん古い建物だという地域もあるので、その地域のオーセンティシティを守る役割を果たすことが望ましいと思います。小田急電鉄は先駆的ですが、沿線地域が狭いため場所が絞りやすいというのがあります。JRの規模となると駅単位のマネジメントの負担に加え、自治体がまたがっていたりもするので障壁は高いかもしれない。ただ、可能性としては沿線エリアの広さを生かして多拠点居住者の支援などに乗り出すことも期待できます。自治体以外の面白い立場で民間企業が関わってくることはこれからあり得ると思います。

**島原** 公益性の高い企業であるゆえ地域を育てる、エリアの価値を上げていける可能性がありますね。リノベーションまちづくりに関わる清水義次さんは「敷地に価値なし、エリアに価値あり」、つまりエリア価値を上げていくことに専念する重要性を強く言われていますが、とくに地方都市のまちづくりの中では、そうせざるを得ない状態になっているところも多い。これは、吉江先生が本の中に書かれている<sup>※9</sup>「〈直線する経済〉が通用しない郊

※6 ポラスグループ：埼玉県越谷市に本社を置く地元密着型企業グループ。一貫施工体制をモットーに住宅メーカーや分譲マンション事業、不動産売買仲介、リフォーム事業から飲食店まで幅広く手掛ける。早稲田大学研究チームとは2020年から共同研究を行っている

※7 立川の「GREEN SPRINGS」や下北沢の「下北線路街」：「GREEN SPRINGS」は2020年4月に開業した、立飛グループが手掛ける複合商業施設。立川駅から徒歩5分という立地ながら商業棟に囲まれた中心部に約10,000㎡の中央広場が設けられている。キャッチコピーは「空と大地と人がつながる“ウェルビーイングタウン”」／「下北線路街」は小田急線東北沢駅～下北沢駅～世田谷代田駅が地下化したことに伴い、1.7kmの線路跡地を小田急電鉄が開発。2016年から順次開業し2022年に全面オープン。両施設については吉江氏の『迂回する経済』の都市論』でレポートされているので参照されたい

※8 「グラングリーン大阪」：大阪駅前が進められてきた再開発「うめきたプロジェクト」の2期地区として旧梅田貨物駅の跡地にグラングリーン大阪南館が2025年3月にオープン。大阪府は2015年3月策定の「うめきた2期区域まちづくりの方針」で緑地創出をコンセプトとすることを明確にし、官民連携による一体的な緑地の整備・管理を掲げた

※9 吉江先生が本の中に書かれている：『迂回する経済』の都市論』では〈迂回する経済〉が発生する条件として、1) 余裕のある大企業が企業イメージのために行う新事業として始める場合 2) 敷地の条件が悪くそもそも〈直進する経済〉が成立しない場合 3) 地元密着型企業が地域価値を上げることで利益が還元されると気づいた場合という3つを挙げている

外や周縁部」に含まれているからであり、やむを得ずではあるものの自然と「迂回」しているのではないかと思います。ほかには、「地域に根差した企業活動」も〈迂回する経済〉を実施できるパターンのひとつと書かれていますが、不動産開発やまちづくりとは直接関係のない業界や業種でも、地域に根差した企業は全国に多数あります。そのような企業がまちづくりの新しいプレイヤーとして出てくる可能性もあるということですね。

**吉江** そうですね。僕も詳しく実態を把握しているわけではないのですが、経済産業省が推進している「地域未来牽引企業」※<sup>10</sup>という制度があって、すでに4,000以上の企業が選定されています。まちづくりや地域の経済活動に貢献している地元の会社を経産省が認定しているのですが、意外と建設不動産会社は1割ほどだということです。それ以外は、バス会社など交通系、その他にも福祉系や教育系の企業があります。これまでまちづくりや都市開発に関わってこなかった企業が選定されていて、この風潮というのは面白いですね※<sup>11</sup>。

### 〈迂回する経済〉を貫く3つの概念

**島原** 『〈迂回する経済〉の都市論』の中では、コンサマトリー・リフレキシビティ・コンヴィヴィアリティという3つの重要な概念が出てきます。これについて少しご説明いただけますか。

**吉江** まず「コンサマトリー」は日本語で「即自性」としてあります。インストゥルメンタル（道具性）の逆といえば分かりやすいのですが、目的のために行うのではなく、それ自体に価値があるという考え方です。たとえば地域のお祭りについて、「観光客を集客できるイベント」とするのは即利益につなげる考え方、道具的といえます。しかし、実際に運営する側や来る人が重視しているものは意外と道具性ではないこともありますよね。それをコンサマトリーな価値と言ってみましょう。公園の芝生にぼんやり座っている人に「座っているとどうなるんですか？」と聞いたところで明確な答えがあるわけではない。どうなるかは意識せずに座っているわけで、その言葉にならないものをまずは価値とし

て認めようということです。そもそもパブリックライフというものの自体が即自的なものたちの詰め合わせです。それをきちんと認識するというのがコンサマトリーだし、〈直進する経済〉〈迂回する経済〉との対比で言うと、道具性に特化しているのが「直進」で、道具から離れた何かに思いを馳せるのが「迂回」の正体です。

**島原** 〈迂回する経済〉を語るときにもっとも重要な概念だと思います。次の「リフレキシビティ」は日本語で「再帰性」と表現されていますが、具体的にはどのような概念ですか。

**吉江** 「リフレキシビティ」は社会学の概念で、自分の周りの当然視してきたことを意識的に考え直して、変化していく柔軟性や流動性を指します。ある意味内省的と言い換えられますが、「これでよかったのだろうか」とか「これまで当たり前だと思っていたことが当たり前じゃなかった」というように常に更新していくといった視点です。考えを新陳代謝したり柔軟さを取り入れるのになくしてはならない概念です。

**島原** まちづくりの中においても、常に反省して振り返るというような行為を忘れてはいけないということですね。それは常に変化の余地を持っているということでもあります。

**吉江** 自己点検でもありますね。3つめの「コンヴィヴィアリティ」はイヴァン・イリイチという哲学者の概念で、日本語だと「自立共生」とされるのですが、分かりにくいので「共立性」としてあります。3文字で統一したくて（笑）。ある





程度の集団で共助・互助によって暮らしていく中で、そのときになるべくシステムに頼らない、現代技術に関わらないで従来の人間の力でできる範囲はやっていくという考えで、これはイリイチが牧師でもあったというのも関係していると思われます。分かりやすい例で言えば、医者に行かなくても健康への取り組みは食生活の管理や運動によって自身で管理できる部分がありますよね。社会問題についても、専門家に頼らざるを得なくなる前段階では、意外にコミュニティなどで引き受けることができるというのがコンヴィヴィアリティ。これを都市計画で考えると、たとえばウォークアブルなまちづくりは、自動車なしでは暮らせないような地域では本末転倒で、かえって普通に人が歩いてまちを楽しむことができなくなってしまいます。自然と歩いている人たちがいて、それがまちになっていく、歩いている人たちによってまちができていくという過程を取り戻そう、というのがコンヴィヴィアリティの視点になります。

たとえばウェルビーイングも同じで、幸福もそんなに難しいことを考えなくてもいいものです、本来は。ただ、高度なものになったために一般人はそこにタッチできない状態になっています。東日本大震災のときよく議論された「科学の民主化」とも共通する議論ですね。もともと原発については議論が高度になりすぎてよく分からず、多くの人は興味がなかったのに、震災直後は原発の仕組みをみんな知りたがりました。コロナのときも専門家がテレビで解説していましたよね。そうやってさまざまな専門知が共有されることで専門性の領域が広がります。そうすると専門家に頼る前段階として、人と人の関係でサポートできる領域が広がるということです。

## コンサマトリーな都市計画

**島原** 3つの概念の中でもコンサマトリーが重要という印象を持ちました。そこで、実際の都市計画やまちづくりにおけるコンサマトリーについてお聞きします。行政やディベロッパーにすると、プロジェクトには企画書や計画書が

必要で、ただ「楽しい」を目指すというだけのマスタープランでは済まないところが多々あります。とくに行政ではKPI（重要業績評価指標）が求められる。この中で「〈迂回する経済〉の都市」を計画することはできるのでしょうか。そもそも計画という概念がインストゥルメンタルで、コンサマトリーとは親和性が低いような気もするのですが。

**吉江** できると思います。この本の最後のほうに「コンサマトリーな世界とインストゥルメンタルな世界を、不連続だが統一されているようにつくるといのがこれからの都市デザインだ」と書いたのですが、それはどちらかを他方に入り組ませるというわけではありません。たとえば、インストゥルメンタルな観点で都市の真ん中にオープンスペースをつくって周りを商業が囲うといった計画だったとしても、そこにやってきた人はコンサマトリーな楽しみ方をするかもしれない。それは企画段階でコンサマトリーを意識しなくても実現しうることです。

理想的には、計画時に「これが利益になる」と即答できるものばかりではなく、「これがあるとうなつこうなります」くらいの、少なくとも3ステップ、4ステップで利益までつながる道のり考えたい。その道のりの最後のほうは道具的な価値になってくるけれども、その手前の段階はコンサマトリーな価値が含まれている。そこまで含めて議論できるのが理想です。

コンサマトリーなものは主観的なものでもあって、「思わず地面に座りたくなったかどうか」といった主観項目の調査では、すぐに利益とはつながりませんが、思わず〜という情動的な動きと、少なくとも滞在時間や来訪頻度であれば結びつく。そしてその時間や頻度やリピート率といったデータは、収益の増減と関連して説明できますよね。こうすることである程度説明がつくような気がします。

**島原** そのような実証で科学的に証明するためには膨大な事例数が必要だったり、分析にも時間がかかりそうですね。それだけにもっと安直に、センサーカメラで測定したもの

※10 地域未来牽引企業：「経済産業省により選定された、地域経済の中心的な担い手となりうる事業者」（地域未来牽引企業WEBサイトより）2017年度から2020年度にかけて、全国で約4,700社が選定された。製造業がもっとも多く63%、次いで卸売・小売業が12%、建設業8.0%、サービス業7.2%と続く（2023年3月発表の中間評価資料より）[https://www.meti.go.jp/policy/sme\\_chiiki/chiiki\\_kenin\\_kigyoushou/](https://www.meti.go.jp/policy/sme_chiiki/chiiki_kenin_kigyoushou/)

※11 吉江氏がこのときに挙げたのが化粧品ブランドのSHIRO（北海道砂川市に「みんなの工場」オープンなど）とメガネのJINS（創業者が出身地の群馬県前橋市のまちの再生に取り組む）



をAIが分析して結論に結びつける、といったような方向に転がりそうな危うさもあります。

**吉江** 実際パルコの1階※12にありましたよね。カメラのセンサーで来店者の行動パターンを記録・解析してフィードバックされるという仕組みが。

**島原** 僕はグーグルがやろうとしていたことやウーブン・シティとかはちょっと気持ち悪いと思ってしまいます。その気持ち悪さというのは、誰かに一元的にコントロールされているのではないかというところにあるのかもしれません。たとえばネオ横丁を横丁と呼んでいいのかという問題。何が違うのかと考えたときに、質感やデザインや古さとかというだけではなくて、端的に言ってしまえば、ビルの閉館時間にすべて一斉に閉店する横丁って普通はないよね、という違和感です。独立した主体の独立した意思がそれぞれ勝手にふるまっているけど、なぜか全体としては調和している状態が都市であると思っています。

**吉江** 僕もセンサー的な分析の結果を使って計画するのはコンサマトリーなものではないと思います。慶応義塾大学のホルヘ・アルマザン氏の『東京の創発的アーバニズム』※13という著書がありますが、ここでいう「創発的」とは、たとえば鳥が集団で飛ぶときに、風に強い形態になったりとフォーメーションを組むわけですが、これはリーダーが指揮をしているわけではなくて1羽1羽がただ飛んでいて、それぞれ自分とその周りだけを意識している。その集合体が全体としては合理的なグループであり、それを「創発」としています。これを商店街で考えると、それぞれのお店が、

自分の店だけではなく周りにも気にかけていることで、全体としての雰囲気保たれる。自分とその周りについて関心がある人が集まっているのが商店街の良さというわけです。そこヘトッダウンのエリア管理者やチェーン店がたくさん入ってきたとします。チェーン店はここがダメならよそへ行けばいいというリスク管理ができるため、常連客を増やしたりコミュニケーションを取ったりする特別な努力をする必要性が低いでしょう。創発的な集団として「ひとつ」になっていることと、一元管理されて「ひとつ」になっている状態は異なります。

**島原** 先ほど「地面に座りたくなった」というコンサマトリーな指標と客単価の相関を測るためには、もうワンステップが必要とおっしゃいましたが、そこにセンサー的なものを採用して解決しようとするのも、誰かが一元的に分析するという感じがして違和感がありますね。

**吉江** そうですね。広場という空間にしても、使い方のコードみたいなものが創発的に生成される場合もあります。鴨川沿いでは等間隔に人が座るとか。それは周りを見渡してどこだったら座っていいかなと考えるわけで、そう考える個々が集まってあのような状態になっているわけです。創発的に生まれた広場や公園に「ボール遊び禁止」などのルールが課せられることも多いですが、やはり一番の理想は、ボトムアップにできてくる空間の利用の仕方がごく自然に定着していくことです。カメラセンサーとAI分析で出てくるのは結果の記録だけで、再現することはできないでしょうね。鴨川の画像分析をして、その結果に基づいて「等間隔に並びなさい」というルールをつくることを考えると、おかしさが分かります。

**島原** それともうひとつ。「迂回する」となると成果が目に見えるようになるにはある程度の時間が必要です。実際は年単位で予算組をする行政や、さらに四半期決算で戦略を見直す必要があるような企業では難しい面があると思いますが、この点はいかがですか。

**吉江** 先行する取り組みとして、「タクティカル・アーバニズム」も本来は同様の問題意識に基づく考え方です。短

期的な小さいプロジェクトを実施して長期的な変化のために実証的にやっていくというのがタクティカル・アーバニズムで、長期的な視野を持ちながらひとつひとつを区切って、成果を可視化していくことが大事です。たとえば単にイベントを打つというだけでなく、きちんと結果をフィードバックして長期的な計画に寄与しないといけない。土日しかやらない小さなイベントだとしても結果の分析と仮説を積み重ねていくことが重要となっています。

## 商店街で〈迂回する経済〉は可能か

**島原** この本の中で書かれていた事例は、比較的新しい開発事例でパブリックスペースや直接は利益を生まない空間を設けるといった例が出ていたと思うのですが、既存のまちである商店街は利益を追求する事業体の集合です。既存の商店街や横丁で〈迂回する経済〉というものをどう実現できるのでしょうか。

**吉江** コンサマトリーとリフレキシビティ、コンヴィヴィアリティの観点で丁寧に計画していけば、既存のまちでもできると思います。まず、コンサマトリーというのは計画自体が楽しい道のりになるためのプロセスが重要で、「計画のコンサマトリー化」を目指すことになります。たとえば、エリアリノベーションの中の小さな取り組みが連鎖的に行われていく過程では、そのプロジェクトの道のりにいろんな人たちが関わって、多くの人たちの人生が重ねられていく。これがコンサマトリーの文脈で語られること、そしてその中でどう人々の意識の変化を導いていくかはリフレキシビリティの観点となります。そして、コンヴィヴィアリティは、地域の中での豊かさや自立性を持つことが目標です。

**島原** 先ほども言いましたが、地方や郊外ほど即利益につながらないことをやる余裕がなくなっているように感じています。しかし、そのようなエリアこそ、さまざまな局面で組

み直しをすればコンヴィヴィアルな暮らしを実現できる可能性を秘めているように思うのですが。

**吉江** おっしゃる通り郊外はコンヴィヴィアルじゃないエリアゆえ、都心に依存する部分が多くなりがちです。ではどうすればいいのか。郊外の住宅地は、どうしても家ばかりが並ぶ単調なまちになってしまっています。そこにカフェなどの飲食店、買い物するところ、働く場所などを埋め込んで、その地域の中で豊かに暮らせるようにしていくことが大切です。僕が関わった越谷のプロジェクトを例にすると、越谷は日光街道がありますが車はブンブン通るし、そりゃ子育て世代はここでは暮らせないという感じなんです。だから、旧日光街道などの裏道をどんどんつなげていって、散歩道を整備して歩けるまちを目指しています。エリア全体をコンヴィヴィアリティにしていくということは、本来は既存のまちで実践されるべきです。近代につくられたものは、ほとんどコンヴィヴィアルでないのをどうしていくか。プロセスとしては、トップダウンでいつの間にか実施されているものではなく、その内容をオープンにしつついろんな人を取り込んでいける間口の広さが必要です。

**島原** 「迂回する」という言葉からは、広場や空地のような物理的なスペースを想像してしまいがちですが、単に利益と直結しない無料スペースをつくりましたよ、ということではなく3つの概念の原理が働いているのが「迂回するまちづくり」だということですね。

**吉江** 確かにパブリックライフの中心には何かしらのパブリックスペースがあるもので、広場なども重要です。ただ、古典的な議論には、伊藤いじなどの「日本には昔から（西洋式の）広場はなかった」※14というものもあるんです。広場がなくてもパブリックスペースとなる場所としては、路地や辻またはポケットパークのような小さな緑地であり、しかもそれらが生活者のネットワーク上にボツボツとあること

※12 パルコの1階：渋谷PARCOに2019年にオープンした実証実験特化ショールーム「BOOSTER STUDIO by CAMPFIRE」。クラウドファンディングの(株)CAMPFIREと(株)パルコが共同経営。AIカメラ解析による来店客の属性や展示製品に関心を寄せた人数、行動パターンなどの回遊データを出演メーカーにフィードバックするという試みだった。2023年1月末に閉店

※13 ホルヘ・アルマザン氏の著書：ホルヘ・アルマザン+Studiolab 著『東京の創発的アーバニズム：横丁・雑居ビル・高架下建築・暗渠ストリート・低層密集地域』（学芸出版社、2022年）。ホルヘ・アルマザン氏は建築家であり慶應義塾大学教授

※14 伊藤いじなどの広場論：『建築文化1971年 8月号特集：日本の広場』など。これは伊藤いじ・宮脇檀などが中心となって活動していた都市デザイン研究体が発表したもので2009年に「日本の広場―復刻版」（彰国社）として復刊された



で、そこを舞台にパブリックライフが営まれることもあると思います。広場はないけど「広場化」が起きているということです。しかし、それにはまちの構造の読解からスタートする必要があります。先ほどの越谷の例でいうと、旧日光街道は江戸時代にできた街道なのでかなり細分化されていて、現代のように広場がどんとある感じではないので、ネットワーク上のパブリックスペースをどう生かすかという問題があります。再開発のようにイチからの計画であれば、広場や公園をつくるという発想が出てくると思うのですが。

**島原** パブリックスペースにはパブリックライフを営むベースとしての役割があるとすれば、既存のまちの中にある路地や辻などもパブリックスペースと呼べるんですね。アーケード商店街の通路もまさにそうだと思います。

### 〈迂回する経済〉の未来

**島原** さて、吉江先生は「直進する経済」と「迂回する経済」を両輪でやっていくことが大事だとも強調されています。具体的にはどういう事例があるのか、その紹介を含めてまちづくり関係者に向けて伝えたいことがあればお願いします。

**吉江** まずは先ほどの越谷での事例の中で、「油長内蔵」(あぶらちょううちくら)※15を紹介できればと思います。ここは、もともと敷地内に3つあった江戸時代の蔵のひとつを改修したうえで道路に面するように移築し、残りは解体しました。そして、空いたスペースに新築で4棟の家を

建てています。蔵をすべて解体していれば家は5棟建てられたし、蔵を改修するのにこの新築1棟よりも高い金額がかかっています。ですが、改修した蔵は越谷市に寄贈され、まちづくり相談所やコミュニティカフェなどが入ったオープンな施設となりました。さらに、蔵に併設された新築の4棟は相場より高額な価格帯で売れたので、普通の新築5棟よりも売り上げとしては上がったということです。

**島原** 先ほどおっしゃっていた、広場ではないパブリックスペースを活用するには「まちの構造の読解からスタートする必要がある」ということにもつながります。まちの歴史をつないできた蔵の風景を残したことでエリアの価値も高めた事例ですね。

**吉江** もうひとつ、越谷には「はかり屋」※16という事例もあります。旧日光街道沿いにある明治時代の町屋をフルリノベーションし、日本料理や古民家ビストロなどの飲食店、多目的スペースなどをテナントとして入れています。駅前にはチェーン店舗の低廉なお店が多い中で、「はかり屋」には日常使いで入れる店も、お客さんをもてなせる店もあるという、越谷の食に多様性が生まれた例です。その多様性が共立性、つまりコンヴィヴィアリティな環境をつくっていくことにもつながると思います。

**島原** 地域の価値も上がり、まちの歴史や風景への理解や愛着にもつながる。なにより「直進」していないのにきちんと利益が出せている、そのように面白いまちづくりを実践する視点はどのようなものでしょうか。



油長内蔵 (吉江俊／写真提供)  
パブリックスペースとなった蔵が通りに面し、奥に住宅を4棟建設した



はかり屋 (吉江俊／写真提供)  
旧日光街道沿いに立つ建物は宿場町であった風情を今につなぎ、そこに人が集まる

**吉江** ひとつひとつのプロジェクトでバランス良くすることを目指すのではなく、一方は利益に特化して他方は公共性を重視して赤字、けれどトータルで見ると黒字になっているくらいであっていいと思います。民間で完結するだけでなく、行政・自治体を巻き込んで裾野を広げることも大切です。小さい範囲のプロジェクトも1つではなく連続的におこなって結果を積み上げていくと、全体の中で「〈迂回する経済〉の役割」ができるようになってくる。なぜそんな試行錯誤しながらやらなくてはいけないかというと、それがニーズを生むことになるからです。ただ商業施設や住宅をつくるだけではなく、そのまちに来る人が増える、エリアの認知度が上がるなど、人が集まるための間口を工夫することが大事です。パブリックスペースに来たたくさんの訪問者たちが別の経済活動につながる可能性も生まれます。ゼロだったニーズを増やしていくという意味でも〈迂回する経済〉というのは必ずどこかで都市計画に組み込む必要があります。

**島原** 今の話を聞いていて思い出したのが、岩手県紫波町の「オガールプロジェクト」※17という公民連携の開発です。町が購入したものの財政難で長年塩漬けになっていた土地があって、そこをなんとかしたいと。まずフットボールセンターを誘致し、町民の要望が強かった図書館や公共施設をつくり、中央に広い芝生のスペースも設けて、それを取り囲むように地元企業を中心としたさまざまなテナントが入っています。面白いのは、まずは消費目的でない人を集客できる装置を固めてから全体をつくっていったという事業計画です。スコープを変えるという言葉がちょうどいいかもしれませんが、単体ではなくエリア全体を通して吉江先生のおっしゃる3つの要素（即自性／再帰性／共立性）を実現している例なのではないかと思います。まずは都市計画のやり方の土台を変えていくことがコツなのかもしれません。「損して得を取れ」という昔からの言葉がありますが、全体としてどのやり方が得なのかという発想に立てば、面白いまちづくりは考えられるということですね。

**吉江** ただ、土地を持たない自治体や企業はどうするのかということや、四半期ごとに決算報告をする上場企業が株主を納得させるときに長期的な話ができないといった問題があるのも事実です。

**島原** 長期的な評価で進みにくいというところは確かに問題ですね。吉江先生が2020年に〈迂回する経済〉というワードをひらめいてからさまざまな事例を通して、いろんな問題やハードルも見えてきたのではないのでしょうか。

**吉江** はい。ですので、『〈迂回する経済〉の都市論』の続きを書きたいと考えています。もう少し先になりますが、大企業でなくてもあてはまるような、一般化した内容にしたいと思っています。

**島原** それは楽しみすぎますね！ もっと〈迂回する経済〉という概念が広がること、この『センシュアス・シティ』が少しでもその一助になれることを願っています。本日はありがとうございました。



※15 ※16 「油長内蔵」と「はかり屋」：『〈迂回する経済〉の都市論』に詳しいのでぜひ参照されたい

※17 オガールプロジェクト：プロジェクトの始まりからの詳細は（公財）市町村アカデミーによる「まちづくり実践レポート～北から南から～町民主体の公民連携によるオガールプロジェクトで年間96万人の集客を実現」に記されている。ちなみにオガールとは、「成長」を意味する紫波の方言「おがる」と、「駅」を意味するフランス語「ガール」を合わせた造語 [https://www.jamp.gr.jp/wp-content/uploads/2019/12/127\\_01.pdf](https://www.jamp.gr.jp/wp-content/uploads/2019/12/127_01.pdf)

# センシュアス・シティの つくりかた

LIFULL HOME'S PRESS編集部

渋谷 雄大

Takehiro Shibuya

●しぶや・たけひろ／2015年、株式会社LIFULLに新卒入社。LIFULL HOME'Sの営業を経て、2020年より『LIFULL HOME'S PRESS』編集部。LIFULL HOME'Sマーケットレポートを担当するほか、LIFULL HOME'Sのデータを活用した記事を多数執筆。特に、町家、景観、都市交通、ウォーカブル、和の文化に関心。広島県出身。

## 1. 曲がり角を迎えた「都市再生」

### 1-1 これまでの「都市再生」はセンシュアスか？

本報告書では、官能都市（センシュアス・シティ）は都市の物語（ナラティブ）が育まれやすく、そのような都市では人々の主観的幸福（ウェルビーイング）のうち、特に生きがいや自分らしさといった「都市がもたらすエウダイモニア」が、高い水準を示すことが明らかにされた。都市の官能度は、人々の幸福度に対して、安全性や利便性といった「都市の普遍的魅力」と同程度の影響があり、エウダイモニックな幸福に限るとその影響はさらに大きい。つまり、センシュアス・シティは、都市機能の追求のみでは得難いウェルビーイングに寄与する可能性があるという（詳細は本報告書序章 9p～37p、および有馬氏の分析 136p～152pを参照されたい）。

では、日本の都市はこれまで、いかなる方向に進んできたのか。結論から述べれば、都市の普遍的魅力の向上に力を注ぐ一方で、ナラティブを育みエウダイモニアをもたらすセンシュアス・シティの観点は、ほとんど関心が持たれ

ていなかった。序章で指摘しているように、公共の利益にとって取るに足らない、あるいは前近代的なものとして否定され退けられてきた向きすらある。

事実、今日の日本の都市開発の中核をなす仕組みが、1969年の都市再開発法に基づく「市街地再開発事業」と、1954年の土地区画整理法に基づく「土地区画整理事業」である。前者は土地利用の細分化や老朽化した木造建築物の密集、公共施設の不足などの課題を抱える地域において、土地の合理的かつ健全な高度利用と都市機能の更新を図ろうとするもので、高層化・大規模化で創出した新たな床（保留床）の売却（処分）により事業費を賄うことが前提となっており、スクラップアンドで高層ビルやタワーマンションを形成するケースが多い。後者も既存市街地を一掃し、道路や公園といった公共施設を整備するとともに、土地の区画を整形化し利用価値の高い宅地を生み出そうとするもので、どちらも都市機能の向上や経済合理





性が強く志向される、都市の普遍的魅力づくりに最適化した手法といえよう。

特に 2002 年の「都市再生特別措置法（以下、都市再生法）」成立以降は、国が都市再生緊急整備地域の指定、当該地域での都市計画決定手続きの迅速化、大幅な規制緩和や金融支援、税制優遇等を行うことで、多くの再開発が推進されてきた。なお、一連の政策は都市の課題解決と同時に、マクロ経済的課題の解決に主眼が置かれていた点は序章などで述べられているとおりである。

しかし、こうした都市の普遍的魅力の向上に重心を置いた開発は、センシュアス・シティの因子である「親密な共同体」や「街のライブ感」から乖離するものでもあった。例えば「親密な共同体」には「地域のボランティアやチャリ

ティに参加した」「馴染みの飲み屋で店主や常連客と盛り上がった」という項目があるが、タワーマンションの住民は比較的近隣住民との付き合いに消極的な傾向があるとされる<sup>※1</sup>、大規模再開発はチェーン店を増加させる<sup>※2</sup>（有馬氏の分析ではチェーン店は都市の官能度に負の効果があるとする）。確かにマニュアル化された接客が幅を利かせた店で店主と盛り上がることは難しいだろう。また、「街のライブ感」の因子には、「活気ある街の喧騒を心地よく感じた」や「商店街や飲食店から美味しそうな匂いが漂ってきた」という項目があるが、人々の営みを建物内に囲い込んでしまう大規模施設のある街では、街の活気や喧騒、匂いを感じる機会は制限される。

## 1-2 曲がり角を迎えた「都市再生」のいま

都市再生法が推進した都市再生の取り組みの対象は、当初の三大都市圏から、都市再生整備計画と交付金制度、民間都市開発事業の認定制度などによって地方都市へ波及した。そこでは先進的なモデルとなるプロジェクトが実現した一方で、多くは経済合理性を前提とした都市機能の更新へと傾倒し、そのフォーマット化された制度によって都市

景観の画一化を招いたともいえる。再開発が進むほどに都市の顔が「どこにでもある街」へ均質化していったと感じるのは筆者だけではないだろう。同時に、馴染みの景色が消えていく寂しさを覚えることも増えた。現に、2000 年代に多くを占めた公共所有地や工場跡地の開発プロジェクトは減少し、2020 年代には既存市街地をスクラップア

※1 タワーマンション居住者の近隣住民との付き合いの状況、近隣住民との付き合いに関する意向は、大規模集合住宅居住者や戸建て住宅居住者よりも低い（特別区長会調査研究機構、2023 年「令和 4 年度 調査研究報告書 タワーマンション等 大規模集合住宅を含む 地域コミュニティの醸成」による）

※2 岸本・鈴木（2011）によると、都市が成熟して施設密度が高くなるとチェーン店が優位になる傾向があり、塚本・牛垣（2023）は、大泉学園駅周辺での再開発に伴うチェーン店の増加を指摘している

ンドビルドによって高層化する開発が主流となりつつある※3。

しかし今、時代は変わりつつある。人口減少が進み、コロナ禍、円安、資材価格の高騰や人手不足といった要因が建設コストを押し上げ、従来の再開発モデルは持続可能性の危機に直面している。建設工事デフレーター（建築総合）は2015年度の100を基準として、2024年度には128.4（暫定）まで上昇。進行中の再開発事業の多くで工事費が上昇している※4。一部は「工事の遅れや停止」「権利床の見直し」「施設の形態変更」などの対応を余儀なくされ、計画の根本が揺らいでいる。工事の遅延や停止は、権利床を得て新たな暮らしをスタートさせるはずの地権者の生活を路頭に迷わせるし、権利床の見直しについても、例えば家族4人で暮らすはずの地権者が単身向けの床しか割り振られないというケースも考えられる。こうした状況を受け、国は「防災・省エネまちづくり緊急促進事業 地域活性化タイプ」を創設した。事業の停滞によって生活再建等に支障を及ぼす恐れのある事業に対して補助金を出すものだ。こうして、多くの再開発事業で補助金への依存度を高めている。

工事費の上昇を受け、当初の公共性の高い用途から分譲マンションへ計画を変更するケースも散見する。用途の転換については、地権者の持ち出しを増やせないなどの理由で、公共性より収益性が優先された結果である。税金等を財源とする補助金への依存度が高まっているにもかかわらず、事業の公共性は低下傾向にある。また、多額の補助金が投入され分譲された住戸に対し、国内外から投機目的の購入が相次ぎ※5※6、次々と転売されるなど、その公共性・公平性に疑問を抱かざるを得ない事態も起きている。

こうしたなか、2025年5月に国土交通省は「成熟社会

の共感都市再生ビジョン（中間とりまとめ）」を公表した。ここでは、従来の都市再生の成果を示しつつも、容積率緩和による高層化・大規模化に軸足を置いた手法には限界が生じつつあることを認め、「共感を呼び込む個性の確立と質の向上」を都市再生の新たな方向性として掲げた。詳細は序章および国交省・山田氏の寄稿（p154～161）に譲るが、本ビジョンでは以下の5つの柱が示された。

- (1) 協働型都市再生によるウェルビーイングの向上
- (2) 余白を楽しむパブリックライフの浸透
- (3) 地域資源の保全と活用によるシビックプライドの醸成
- (4) 多様な機能の集積による稼ぐ力の創出
- (5) 共創・支援型エリアマネジメントによる地域経営

これらの理念は、センシュアス・シティに通底する部分がある。センシュアス・シティ調査は余白を楽しむといった都市における動詞の測定※7を目指しているし、センシュアス・シティの根本思想は、多様な機能の集積を是とするジェイン・ジェイコブズの都市論※8に立脚している。また、前述のとおりセンシュアス・シティは都市のナラティブを育む都市である。風景への愛着というようなナラティブの蓄積は、シビックプライドの醸成へとつながり※9、それらはエウダイモニアをはじめとするウェルビーイングを高めることにもつながる。つまり、センシュアス・シティの実現は、合理化の果てに行き詰まった都市再生の新たな一手となり得るのではないだろうか。

ここからは、筆者が編集に携わる「LIFULL HOME'S PRESS」（<https://www.homes.co.jp/cont/press/>）で取材した各地の取り組みから、センシュアス・シティの提案と親和性が高い事例を「センシュアス・シティのつくりかた」として紹介する。センシュアス・シティに関心をもつ皆さんの参考になれば幸いだ。

※3 東京都における開発前の土地利用は、公共所有地（2000年代：24.0%、2020年代：5.0%）や工場跡地（2000年代：20.0%、2020年代：10.0%）が減少し、中小ビル・住宅（2000年代：4.0%、2020年代：35.0%）が増加（国土交通省都市局、2025年、第4回 都市の個性の確立と質や価値の向上に関する懇談会 資料1「都市再生プロジェクトの展開について」による）

※4 NHK取材班（2024）の調査による

※5 売却したマンションの入手経緯は、24.1%が「投資目的で購入した」（LIFULL HOME'S不動産査定、2025、東京圏のマンション売却に関する意識調査）

※6 都心のマンションの高騰の要因に投資目的の外国人の存在が指摘されていることを受け、国交省は外国人による不動産取引の実態調査に乗り出した（NHK（2025年5月25日）による。参照URL：<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20250523/k10014813261000.html>。閲覧日2025年7月26日）

※7 LIFULL HOME'S総研（2015）による

※8 ジェイン・ジェイコブズ（1961）『アメリカ大都市の生と死』など

※9 伊藤（2017）は、シビックプライドは「愛着」「持続願望」「アイデンティティ」「参画」の4因子から成っていることを明らかにしている



## 2. センシュアス・シティのつくりかた

### CASE 01

### グラングリーン大阪（大阪市北区）

「大阪最後の一等地」と称された、JR大阪駅北側の梅田貨物駅跡地約24ヘクタールで、産学官連携による「うめきたプロジェクト」が進められている。2013年に「グランフロント大阪」として開業した先行開業区域（うめきた1期地区）は、ショッピングモールやレストラン、オフィス、ホテルなどで構成される南館および北館と、高層マンションで構成されており、開業から10年で4億7,000万人の累乗来場者を記録するなど、数多くの人が訪れる場所になっている。そして道路を挟んだ西側のエリア「うめきた2期地区」で現在、三菱地所株式会社を代表企業とするJV（ジョイント・ベンチャー）9社による開発が進められている。うめきた2期地区は、「“Osaka MIDORI LIFE”の創造」～「みどり」と「イノベーション」の融合～というコンセプトを掲げ、約4.5ヘクタールの大型都市公園「うめきた公園」を中心に、公園の南側にホテルやオフィスが入居する南館と高層マンションを、公園の北側にホテルを主とした北館と高層マンションを配置する計画となっている。うめきた公園は、大規模ターミナル駅直結の都市公園としては世界最大級の規模であり、上質な天然芝と水盤のある芝生広場や大屋根、豊かな緑とダイナミックな水系のある「うめきたの森」などを整備する。

「グラングリーン大阪」と名付けられたうめきた2期地区は、2024年9月に先行まちびらきが行われ、うめきた公園（サウスパークとノースパークの一部）とノースタワーが開業。JR大阪駅前に誕生した広大なうめきた公園は多くの市民や観光客に驚きをもって迎えられた。都心のオ

サウスパークの芝生広場では、幅広い年代の人々が、思い思いにくつろいでいる  
(撮影：井口克美)



アシスのような魅力的な空間であるが、この開発の真価は、単なる公園整備にとどまらず、街全体の美観と機能を統合する点にある。公園と街の管理を一体的に進めることで、人々の交流の場としての活用が推進されている。サウスパークでは、音楽イベントや冬のイルミネーションなど、開業後半年で約50件以上の多彩なイベントが実施された。平日・休日を問わず、幅広い世代が訪れ、先行まちびらきからの来場者はすでに1,000万人を突破。都市の新たなシンボルとして、確実に根付いてきている。2025年3月には南館もオープン。うめきた公園では、家族連れや会社員、学生、観光客が思い思いに過ごす風景が生まれつつあり、人々の動きや街との関わり方が大きく変化しているのを実感する。

大阪府はニューヨーク・タイムズの「2025年に行くべき52ヶ所」に選ばれ、さらにグラングリーン大阪は「Game changing project（都市の在り方を変える革新的なプロジェクト）」として取り上げられている。

文：一般社団法人住まいる総合研究所 代表理事 井口克美 『グラングリーン大阪南館がグランドオープン。“うめきたエリア”のさらなる活性化に期待』（LIFULL HOME'S PRESS 2025年4月16日公開 [https://www.homes.co.jp/cont/press/buy/buy\\_01791/](https://www.homes.co.jp/cont/press/buy/buy_01791/)）、『「うめきた2期」の概要と工事の進捗状況。大阪最後の一等地で次世代の都市モデルを』（LIFULL HOME'S PRESS 2021年11月8日公開 [https://www.homes.co.jp/cont/press/reform/reform\\_01108/](https://www.homes.co.jp/cont/press/reform/reform_01108/)）を基に筆者が要約・責了 ※内容は取材当時のもので、現在と異なる可能性があります



うめきた2期地区は、民間による高収益開発を促す各種の優遇措置を受けられる都市再生緊急地域および特定都市再生緊急地域内にあり、本来であれば容積率を最大限に活用した高層ビル群の建設が主流となる立地である。しかし、本プロジェクトでは、決して高収益とはいえない「みどり」を整備した。これまでの再開発の主流であった「土地の合理的かつ健全な高度利用」という経済合理性優先の思想とは異なる開発といえる。

もともとうめきた2期地区には、ビル群やサッカースタジアムを建設する構想があったが、地元経済団体の関西経済同友会は「ひとびとにやすらぎと生きるよこびをもたらし空間こそが、世界都市大阪の魅力を高め、ひいては経済活動を盛んにする」として、「ほんまものみどり」による「グリーンパーク」とすることを提言していた。しかし、経済合理性を重視する民間主導の都市再開発では、短期的に利益を生まない「みどり」はつくられにくい。

そこで同会は、大阪府と大阪市が土地を取得して整備することを提言。橋下市政下で具体化し、敷地の一部が大阪市が管理する都市公園として整備されることと

なった。

開業後のうめきた公園は、都市にありながら、緑や水に直接触れる、小鳥のさえずりや虫の音に耳を澄ませるといった「都市のリトリート」体験を提供しているのはもちろん、多彩な催しは「文化・娯楽」などにつながる体験をもたらし、歩行者のためのルートやベンチは「ウォークアブル」な都市空間を演出するなど、多くのセンシュアス・シティの構成因子を刺激する。

このようにかつてないセンシュアスな空間を実現した最も大きな要因は、近視眼的な経済合理性ではなく、中長期的な都市の在り方から逆算した姿勢だろう。関西経済同友会の言葉を借りると『『理念』なしには、いかに費用を投じて、厳しい都市間競争に勝つことはできない。単一の敷地の収益性ではなく、「この都市に何が必要か」という都市全体の価値判断を起点とするまちづくりは、画一的な都市開発から脱却し、ナラティブが紡がれる個性ある都市を実現するうえで欠かせないものとなるはずだ。

すでにグラングリーン大阪は全体の約70%が完成。2027年春の全面オープンに向けて期待が高まっている。

## CASE 02

## GREEN SPRINGS (東京都立川市)

2020年、再開発ビルという枠を超えて、東京郊外の立川に新しい「街」が誕生した。「空と大地と人がつながるウェルビーイングタウン」をコンセプトにつくられた商業、文化、オフィスからなる複合施設「GREEN SPRINGS(グリーンスプリングス)」である。50階建てのビルを数棟建てられる敷地なのに、11階建てのホテルがあるほかはほとんど3階建てになっている。容積率が500%の敷地なのに150%程度しか使っていない。

利益最優先ではこんな場所につくれない。開発した株式会社立飛ホールディングスがGREEN SPRINGSを

ビオトープには魚もいるので子どもたちに人気 (撮影:三浦展)



収益の柱としてではなく、立川全体の「都市格」を向上し、立川市民のシビックプライドを醸成する装置として

位置づけたからこそこうした開発が実現した。GREEN SPRINGS は立飛の事業の1つだが、100年続く街をつくるのが最初のパーパスだったという。そして100年続く街を考え抜いた結果が「ウェルビーイング」というコンセプトだった。

建物で囲まれた中庭のような空間は、多摩地域の在来種である草木がふんだんに植え込まれている。植物の種類が350種もあり、それもテーマパークのように花が咲いているときだけ植えるというものではなく、枯れるまでずっと植えてあるという。だから冬には枯れるものもあるし、四季が感じられる。ビオトープには多摩地域在来の魚などを放っている。

GREEN SPRINGSでは建物のコンセプトを「街の縁側」としている。その実現のために敷地内の各所に無数の可動式の椅子や、長尺の木材を使ったベンチなどが置かれており、来た人たちが自由に座れる。多くのショッピングモールでは窓はほとんどなく、客は店と商品だけを見て歩くことになる。ショッピングモールでは人は消費者として存在するが、GREEN SPRINGSでは人は消費者とは限らない。犬の散歩に来た人、ママ友同士、ノートパソコンで仕事をする人、放課後の女子高生、おだやかに談話をするシニアたちなど多様な人々が集まる。まるで公園のような場所だ。

またGREEN SPRINGSに入っているテナント店舗にはチェーン店はほとんどない。立川にはすでに複数の大型店があり、飲食を中心に全国チェーンやグローバルブ

ランドはすでに十分に揃っている。そのため GREEN SPRINGS では、ウェルビーイングというコンセプトに共鳴してもらえる店を選んでリーシングした。日本中どここの街にもあるブランドが入ることは便利だが、市民のシビックプライドにはつながらない。

消費が中心の開発ではないからこそ、GREEN SPRINGSでは年齢や性別などのターゲットを設定しなかった。そのかわり、ウェルビーイングの考え方やGREEN SPRINGSの世界観に共感する人を「ウェルビーイングシーカー」と呼んでいる。だから人々は必ずしも消費を目的とせずそこに集まるのである。

またGREEN SPRINGSは空にこだわっている。立飛の前身が立川飛行機株式会社だったからである。タワーマンションの高層階から空を見渡すのもよいが、それはあくまで個人が自分の家から眺めるだけで、プライベートはあるがパブリックがない。だがGREEN SPRINGSの空はそこで働く人だけでなく、そこを訪れた人々すべてのものである。そこには消費をする空間やプライベートな空間をつくることよりも、パブリックな場所をつくる（プレイスメイキングする）という姿勢が濃厚に感じられる。実際TACHIKAWA STAGE GARDENの屋上に位置するスカイデッキで、夕映えの富士山を静かに眺めている人々も多い。その人たちを見ていると、消費という目的のための空間よりも大事なものが求められていると実感する。

文：カルチャースタディーズ研究所 三浦展 『立川グリーンスプリングス。第四の消費的な“時代”の方向性を示す” 郊外再開発 ～ 立川 GREEN SPRINGS (グリーンスプリングス) ①』(LIFULL HOME'S PRESS 2022年10月29日公開 [https://www.homes.co.jp/cont/press/rent/rent\\_01035/](https://www.homes.co.jp/cont/press/rent/rent_01035/))、『新しい街づくりの再開発、グリーンスプリングス。人が集まり、過ごす場所をつくる(プレイスメイキング) ～ 立川 GREEN SPRINGS (グリーンスプリングス) ②』(LIFULL HOME'S PRESS 2022年11月3日公開 [https://www.homes.co.jp/cont/press/rent/rent\\_01036/](https://www.homes.co.jp/cont/press/rent/rent_01036/))を基に、三浦氏の意見を踏まえて加筆修正

## センシュアス・シティの つくりかた

### プレイスメイキングの視点を取り入れる

「GREEN SPRINGS」は、まず容積率500%の敷地で約150%しか使用していないという空間の使い方が衝撃的だ。商業性を重視すれば、より高密度な建物配置が選択されるはずだが、本計画では空間的なゆとり

が優先されている。グラングリーン大阪同様に、単一の敷地としての収益性でなく、100年先を見据えた「都市格の向上」や「ウェルビーイング」を目的に掲げたことが、土地利用の判断に影響を与えたと考えられる。

加えて、GREEN SPRINGSの開発には「プレイスメイキング的視点」が色濃く見て取れる。プレイスメイキングとは、人々が公共空間に関わりながら「場所」を育てていくプロセスのこと。単なる空間デザインではなく、人が「居たい」と感じる居場所をどうつくるか、その設計と運用の思想を指す。センシュアス・シティのコンセプトに影響を与えたヤン・ゲール(2014)<sup>※10</sup>は「初めに人々が街でどのような生活を送るかを考え、次にそのための空間を考え、最後に建物を考える」ことが大切だと説いているが、GREEN SPRINGSは、都市の価値を高めるために、人の滞在や活動が自然に生まれるような場の在り方を起点とするゲールの考え方を実践しているといえよう。

GREEN SPRINGSは、移ろう自然のなかにベンチや東屋、リビングルームなどのフリースペースがあり、イベント時にはキッチンカーや地元野菜を売る屋台などが出店。人々が過ごしたくなる仕掛けづくりが随所に見られる。商業施設でありながら「プレイスメイキング」と表したのは、ここは一部エリアを除き夜間も閉鎖されず24時間開放されており、商業施設の枠を超えた公共のコミュニティスペースともいえるから。開放的なガラス張りの店が内と外の活気をつなぎ、施設内にあ

る約2,500席規模のホール(TACHIKAWA STAGE GARDEN)でさえ、客席後方の壁を開放すると屋外空間と一体化するなど、どこを取っても内に閉じない「街のライブ感」を感じさせる設計が徹底されている。

これらの空間では、グループでにぎやかに過ごす光景もあれば、木陰やベンチでひとり静かに過ごすことも許容される場となっていて、「ひとりの公共性」も担保されている。このように、にぎわいと孤独、活動と静寂が共存できる場は、多様な身体性・関係性を包摂する。ここで重要なのは、こうした場の設計が「完成して終わり」ではなく、「使われながら育てていくこと」を前提にしている点である。多くの再開発事業では、設計段階で用途を規定し、事業完了時点をプロジェクトの終点としている。しかし、GREEN SPRINGSでは、使われ方が厳密に規定されることはなく、訪れた人々が思い思いに過ごし、その積み重ねによって場の価値が形成されていくような余白のある設計となっている。

立川駅前という都市の中心にありながら、消費だけを目的としない滞在や活動を促し、地域らしさや公共性を実現したGREEN SPRINGSは、センシュアス・シティをつくるプレイスメイキングの先行例といえるだろう。

※10 LIFULL HOME'S総研(2015)による

## CASE 03

### 東急東横線学芸大学駅高架下(東京都目黒区)

東急東横線学芸大学駅付近の高架下リニューアルのプロジェクトが動き始めた。東急東横線の高架下と聞けば、2016年に誕生した中目黒高架下を思い出す人もいるだろう。飲食を中心に広い地域から人を集める人気のエリアだが、学芸大学駅(以下、学大)高架下のリニューアルを担当する東急株式会社プロジェクト開発事業部の植松達哉さんが街の人たちにヒアリングしていくなかで出てきたのは「中目黒みたいにはしてほしくない」という言葉。中目黒高架下を否定しているのではない。中目黒と学大は当たり前だが違う街であり、そこに生まれるものは当然に違うものになるはず。学大らしい高架下を!ということなのだ。

テナントリーシングの前に開催したマルシェの様子(撮影:中川寛子)



周辺住民はクリエイティブなプロフェッショナルが多く、彼らが街に関わるようになれば街はもっと面白くなるのではないかと考えた植松さんは、施設の完成からではなく、



施設をつくる企画の時点から地域の人と一緒にやろうと考えた。そのために、アイデアキャラバンと名付けた街の人の声を聞いて回る突撃ヒアリングを実施したほか、学大未来作戦会議も開催した。あわせて、関わってくれるクリエイター（ローカリスト※11）を募集。建築、デザインなどを依頼することにした。今後、テナントにも彼らの専門性を活用してもらうことを考えているという。また、フリーマーケットやキッチンカーの出店、ワークショップや野外シネマなどのイベントで高架下を利用しながら、周囲の反応をみる実験もしてきた。

聞き取った街の声から出てきたのは、街に居場所がほしい、街に関わりたい、街の人とつながりたいという3点。コロナ禍を経て、街にこれまでと違うものを求めるようになったのではないかと植松さんは仮説を立てた。

そうした考えから生まれたのが、南北1kmの「まちの縁側」というリニューアルコンセプトだ。縁側は建物の内側と外側がほどよくまざり合う中間領域であり、それになぞらえればまちの縁側は公と私がぼんやりと重なる場というこ

とになる。北から、スタートアップなどの入居を想定したオフィス棟、既存の学大横丁と周囲の飲食店の利用者がまじり合う「縁食」街区、駅を挟んで、シェアキッチン、飲食店などがあるフードマーケット（1年半前にリニューアル済み）を整備。そこに続くエリアは学大の中央広場と位置づけられており、ベンチが置かれるなど、コンセプトであるまちの縁側が最も体现される場所になる。一番南のエリアは唯一の新築で、多様な目的、使い方の空間がまざり合うものが想定されている。

2023年6月には予定地でマルシェを開き、近隣の幅広い年代の人が集まった。

「周囲が第一種低層住居専用地域という住環境を重視する地域のため、テナントをリーシングする前に、周囲の反応も見ておきたい、また、整備予定のイベントスペースの実験としての意味もあり開催しました」と植松さんは語る。方向が決まったところで少しずつリニューアルがスタート。2023年秋から2024年春にかけて順次オープンする予定だ。

文：住まいと街の解説者 中川寛子 『東急東横線学芸大学駅高架下が「まちの縁側」をコンセプトにリニューアル。ひと味違うその作り方は？』（LIFULL HOME'S PRESS 2023年7月6日公開 [https://www.homes.co.jp/cont/press/reform/reform\\_01276/](https://www.homes.co.jp/cont/press/reform/reform_01276/)）を基に筆者が要約・責了 ※内容は取材当時のもので、現在と異なる可能性があります

## センシユアス・シティの つくりかた

### 地域住民とともに開発を計画する

学芸大学駅高架下の再整備は、開発事業者による整然とした計画やゾーニングからではなく、地域住民の意向や実感、そしてその対話の積み重ねを起点に空間が立ち上がっていくという点で、従来の都市開発とは異なるアプローチを採っている。地域住民は、アイデアキャラバンや学大未来会議を通じて、ともに街をつくる主体として巻き込まれていった。

都市に魅力を感じるか否かは、完成した建物や風景だけではなく、その成立過程にも宿るはずである。（本件は市街地再開発事業ではないが）山口・大村・有田（2006）は、再開発では、周辺住民や計画に大きな

影響を受ける関係者が実質的に意見を表明し、計画内容を議論する場がないことで結果的に企画提案者と行政の間で計画が策定されてしまうこと。そして再開発イメージが地域のなかで共有されないまま法定手続きを通じて一般に計画内容が周知されることで、地域とは異質な開発に対して反発が高まると指摘している。

しかし学大のケースは、事業者はローカリストや地域住民とともに都市の成立過程から協働した。上原・後藤・吉江・林（2024）によれば、この取り組みはローカリスト自身の地域に対する当事者性を高めることが確認されたという。おそらく、そのほかの地域住民も、自

※11 上原・後藤・吉江・林（2024）は、特定の地域に根付きつつ、都市計画とは異なるそれぞれの専門性を生かしながら都市や地域の計画に参画し、ボランティアではなくそれによって報酬を得ている人々のことを、「地域住民」と区別するために「ローカリスト」と呼称している

分たちの声が反映した新しい街に対しては、そうでない街と比べて愛着を持ちやすいのではないだろうか。こうして、どこにでもある街ではなく、地域住民が「学大ら

しさ」を感じられる街が実現した。演出された「らしさ」ではなく、街に関わる多様な立場の人々がともにつくり出した、本物の「らしさ」がそこにはある。

## CASE 04

## 高松丸亀町商店街（香川県高松市）

香川県高松市の高松丸亀町商店街は、徳川幕府開府の7年後となる慶長15（1610）年に高松藩主・生駒正俊が丸亀にいた商人たちを今の場所に移したことから始まった。以来、商業の中心として栄えてきた。しかし、バブル期の地価高騰で居住者が郊外へ流出し、中心部の空洞化が始まる。さらに同時期に瀬戸大橋が開通（1988年）し物流が安定したことで、それまで大型店がほとんどなかった香川県に大型店が相次いで出店。丸亀町商店街はダブルパンチを受けた。バブル崩壊による不良債権を抱え、新たな投資はもちろん、廃業すら困難となる。そこで最後の手段として再開発を選んだ。全長470mのアーケード街を7街区に分けて再開発を進め、現在は4街区、約6割まで完成。テーマに沿った店舗が並び、居住者も増加。2014年以降、路線価は市内最高額を維持している。再開発にあたっては、バブル真っ只中の1990年から、将来を見越して街全体のリニューアルを調査。全国の失敗した再開発や衰退した商店街の事例を調べた。

「役所主導の再開発は覚悟が伴わず、前例主義に陥りがち。だったら身銭で、民間主導でやろうと考えました」（丸亀町商店街振興組合理事長・古川康造さん）多くの再開発が失敗していると認識するなかで再開発を選んだのは、それが目的ではなく、やりたいことを実現する手段だったからだ。目的は居住者を取り戻すこと。地価高騰で住民が郊外に転出し、青果店、鮮魚店、銭湯などが成り立たず、飲食店はゼロ。業種の偏りが商店街の衰退を加速させて

G街区中庭。屋根があり、ベンチも配されている空間で、高校生、ビジネスマン、女性グループ、高齢者、さまざまな人たちが勉強したり、会話を楽しんだり（撮影：中川寛子）



いた。

所有権を持っている以上、土地を放置しようが、周囲の迷惑になる店舗を入れようが、そこには誰も口を挟めない。しかしそのままでは理想的なテナントミックスは困難。そこで、土地の所有と利用を切り離し、再開発ビルに60年の定期借地権を設定。所有権は各自保持したまま、利用権のみを放棄し、細分化した土地を限定期間だけ共有・活用可能にした。

この仕組みにより再開発とテナントミックスが可能となったが、これは地権者はそこでの商売をやめることを意味する。「全員で廃業、業種転換をして、街の経営者になりました。商店街は街や生活機能の一部。私たちは商店街を再生するのではなく、街づくりをしようと考えたのです」（古川さん）地域特性を踏まえた人口計画を立案し、必要な施設を計画的に誘致。住む人たちにとっての利便性を高め、街を再生させる。それを地権者自身が行っているのが、丸亀町の取り組みである。

文：住まいと街の解説者 中川寛子 『高松丸亀町商店街を生活の場に変えた3つのキーワードは民間主導、土地の所有と利用を分離、脱車社会』（LIFULL HOME'S PRESS 2023年9月6日公開 [https://www.homes.co.jp/cont/press/buy/buy\\_01564/](https://www.homes.co.jp/cont/press/buy/buy_01564/)）を基に筆者が要約・責了 ※内容は取材当時のもので、現在と異なる可能性があります

高松丸亀町商店街は、中心市街地の空洞化という課題に対して、制度と空間の両面から街を組みなおした事例だ。

地価高騰により中心部から住民が郊外に流出した結果、生活に必要な商店や飲食店が減少。金融機関や衣料品店の割合が高くなり、街のにぎわいを阻害していた。そうした衰退した商店街の一部が、再開発によってタワーマンションなどにつくり替えられる動きは全国にあるが、高松丸亀町商店街がそれらと大きく異なるのは、商店街という形態を保ったまま、それも地権者の土地の「所有」と「利用」を分離するという特徴的な手法を採って再開発を行った点である。

地権者は自らの店を手放すかわりに、街全体の経営に責任を持つ立場に立った。これによって実現されたのが、街を全体でデザインする視点である。全長470mのアーケード街をショッピングモールと見立てテナントを再構成。再開発前には皆無だった飲食店や生活利便施設も復活し、理想のテナントミックスを実現した。さらに居住者を呼び戻すため、商店街に沿ってマンションも建設した。このマンションは定期借地権のため価格を抑えることに成功したが、定期借地権ゆえにローンが借りにくく、結果的に富裕層が比較的多く入居する傾向に。その結果を踏まえ、次に開発するマンションはすべて賃貸住戸とし、ファミリー層もターゲットにするなど目的に沿って軌道修正した。これは、街の理想

像をもった地権者が街への責任を継続的に持ってプロデュースするからこそできることであり、ディベロッパー任せの再開発では成しえないものであろう。

また、センシュアス・シティの観点では、空間の身体性に対する配慮にも注目したい。アーケードの天井は高く、光を通す素材でできており、通り全体が明るく、風が抜ける。車に依存しないという思想も早くから導入されていた。歩いて気持ちよく、ふと立ち止まりたくなる場所にはベンチがあり、植栽が目癒す。こうしたしつらは人間の身体性に訴える設計であり、センシュアス指標の「街のライブ感」や「ウォークブル」を実現している。

しかし、高松丸亀町商店街がセンシュアス・シティとなり得たのは、空間や施設の整備によってだけではなく、制度と意識のレベルから「街との関わり方」を再設計したからにほかならない。制度の面では、A街区とG街区は市街地再開発事業、うちA街区が先述の定期借地権方式、G街区は一般的な所有権方式を採用している。一方、B・C街区は小規模連鎖型任意再開発を採用。こちらも定期借地権方式となっている。ここから見えてくるのは、「制度を使いながら、制度に縛られない」という姿勢ではないだろうか。制度はあくまで目的達成のための手段であり、高松丸亀町商店街では目的を実現するための手法を柔軟に取り入れ、センシュアス・シティを実現している。

## CASE 05

## 人宿町のリノベーションまちづくり（静岡市）

2025年2月8日、兵庫県姫路市で民間主導による新しいまちづくりをテーマとしたシンポジウム「なぜあの企業は地域に投資するのか？ 民間が担うこれからの公共」が開催された。主催は株式会社リノベリング。同社は地域の潜在資源を活用して地域の課題を解決する「リノベシヨ

ンまちづくり」を推進する取り組みを行う。地域を変える人材を集め、実際に空き物件を題材にして事業提案をする「リノベーションスクール」を全国各地で開催。多くの地域でエリアリノベーションによるまちづくりを行い、成果を上げている。



シンポジウムの第1部では、まず各地で民間によるまちづくりの取り組みを行い、成果を出している3名が登壇。その一人が、静岡市にある建築デザイン企業・株式会社創造舎の山梨洋靖代表だ。山梨さんは静岡市出身で、地元建設会社での勤務を経て、2007年に創造舎を独立開業。2011年に静岡市葵区の人宿町（ひとやどちょう）にある銭湯だった廃ビルをリノベーションし、自社ビルとして事務所を郊外より移転、山梨さんの住居も同ビルに移した。また同町の通りを「人宿町人情通り」と名付け、「OMACHI創造計画」としてまちづくりの活動に取り組んでいる。人宿町はJR静岡駅の北西約600m、静岡市のシンボルである駿府城公園の南西約500mという場所に位置する。昭和時代には映画館が数軒ある娯楽の街だった。しかし、しだいに映画館が撤退していき、いつしか廃ビルが多く活気の失われたエリアとなっていた。その人宿町に活気を取り戻したいと考えた山梨さんは、佐賀市の「わいわい!!! コンテナ」プロジェクト※12を知る。これを参考にすべく佐賀を視察。そして、人宿町内の空地にコンテナ広場をつくり、定期的にイベント開催を始めた。この結果、人宿町に人が集まるようになったという。

コンテナ広場が期間満了で終了したあと、山梨さんはさらなる取り組みを始める。2016年に自主運営にてラーメン店をオープン。また翌2017年には5階建ビルの大幅リノベーションを実施した。これを契機にOMACHI創造計画が本格始動し、エリア内のビルを次々にリノベーションしていく。人宿町人情通り周辺は徒歩3分ほどで回れる小さ

生まれ変わった人宿町  
人情通り



なエリアだが、山梨さんはそのエリア内に110店舗を誘致（2024年現在）した。

「人宿町のまちづくりは、行政の補助金に頼らず、民間の力のみで取り組んできました。ビルを購入してリノベーションし、そこへテナントとして店に入ってもらい、家賃をいただいて収入としたことがポイントです。またテナント出店したい人を期間限定で雇用し、修業のような形で弊社の飲食店で働いてもらい、タイミングを見て独立できるスタイルをつくっています。このように、まちづくりを継続させる仕組みづくりが重要だと思います。また人宿町に誘致した店は、いずれも個人店です。こだわりや情熱を持った店主たちだからこそ、魅力のあるエリアになっていると思います」と山梨さんは話す。

山梨さんは、地域の活性化のことを常に考えるようにしているという。地域の活性化は先頭に立つボス的存在が必要で、ボス的存在がいないと統率がとれた街がつかれず、魅力が育たないと話す。そのため山梨さん自身がリーダーとなり、自ら手と足を動かし、地域を見ているようだ。

文：フォトライター 浅野陽介 『シンポジウム「なぜあの企業は地域に投資するのか？ 民間が担うこれからの公共」企業が地域とともに発展する新しいまちづくりの形』（LIFULL HOME'S PRESS 2025年3月9日公開 [https://www.homes.co.jp/cont/press/reform/reform\\_01466/](https://www.homes.co.jp/cont/press/reform/reform_01466/)）を基に筆者が要約・責了 ※内容は取材当時のもので、現在と異なる可能性があります

### センシュアス・シティの つくりかた

### 記憶を継承し、新たな記憶を創り出すリノベーションまちづくり

高層・大規模化に伴い、再開発ビルのテナント賃料はただでさえ高くなりがちだ。それに加えて、本章の冒頭で述べたように近年はさらに建設費が高騰しており、もはや小商いやチャレンジ的なお店が入居しやすい低

めの賃料設定とすることは困難だろう。実際、再開発エリアの周辺ではチェーン店が増加する一方で、エリアによっては既存店舗が減少しているという報告もある（塚本・牛垣, 2023）。これは、店舗のみならず住居にも当

てはまる。再開発エリア周辺では物件価格が上昇するという指摘もあり※13、個性ある個人店を開いたりエリアに新たな文化をもたらしたりする若者は、住みづらくなるだろう※14。

しかし、人宿町で行われているようなリノベーションまちづくりであれば、既存建物を活用するために費用が抑えられ、個人店やチャレンジ店も入居しやすい家賃設定が可能となる。個人店は属人的なぶん、店主と

客、客同士のコミュニケーションが生まれやすい。センシュアス・シティの因子には「馴染みの飲み屋で店主や常連客と盛り上がった」や「店の人や他の客とおしゃべりしながら買い物をした」といった評価項目からなる「親密な共同体」があるが、「日本で一番人情が深いまち」を目指すという人宿町OMACHI創造計画は、リノベーションまちづくりによってそれを体現しようとしている。

## CASE 06

## 大津宿場町構想（滋賀県大津市）

かつて旧東海道屈指の宿場町として栄えた滋賀県大津市。中心部には江戸時代以来の「大津町家」が約1500棟も残っている（大津市調べ）。しかし、高度成長期以降、街からにぎわいは失われ、商店街にはシャッターが目立つようになった。

そこで大津市が官民挙げて取り組む活性化のビジョンが、2018年4月に発表された「大津宿場町構想」だ。新しい「まちづくり」ではなく、街の歴史に根ざした「まちもどし」を目指している。

2018年6月、旧東海道沿いに町家を改修した宿が開業した。そのほか商店街に散らばる町家と合わせて合計7棟を改修し、ひとつのホテルとしている。1組1棟貸しが基本の贅沢な宿で、名称は「宿場町 HOTEL 講 大津百町」。第1号は2017年4月に開業した「粋世（いなせ）」で、1933（昭和8）年に建設された米穀商の建物を、当時と同じ材料を使って改修した。宿場町の面目を復活する“町家の宿”の誕生だ。

改修したそのほかの町家は、江戸末期の呉服屋など商家もあれば、大正・昭和期の長屋もあった。事業主の「木の家専門店 谷口工務店」の谷口弘和さんが工夫したのは



（左上）アーケード商店街の元天ぷら屋を改修した「鈴屋」／（右上）旧東海道に面した「茶屋」。ホテル形式の客室5室がある／（左下）明治の長屋を改修した一棟貸しの「鍵屋」。旧東海道から少し入った風情のある路地に立つ／（右下）かつては花街だった住宅街にある一軒家「靴屋」（写真提供：左下は自遊人、ほか3点は木の家専門店 谷口工務店）

お披露目の方法だ。ホテルを目指す地域貢献の在りかたを広く知ってもらいたいという思いから、プレオープンを前に盛大なお茶会を開くことにした。お茶会なら、完成した空間を味わってもらうことはもちろん、ホテルのおもてなし精神も伝えられる。茶室のしつらえや道具に滋賀県各地の工芸品を使い、地元の銘菓を供することで、地域文化の紹介にもつながる。

※12 街なかを増え続ける空き地を借用して、芝生の“原っぱ”に置き換え、中古コンテナを使った雑誌図書館や交流スペース、チャレンジショップを設置し、街なかの回遊を促す社会実験

※13 LIFULL HOME'S PRESS 福岡真司 2025年6月2日公開『再開発が途絶えない渋谷駅周辺中古マンション価格は何を根拠にどう変わったのか？』（[https://www.homes.co.jp/cont/press/opinion/opinion\\_00399/](https://www.homes.co.jp/cont/press/opinion/opinion_00399/)）による

※14 こうした現象に近いものを表す言葉に「ジェントリフィケーション」がある。都市の高級化を表す言葉で、再開発などによって地域の地価が高騰し、居住者の所得層が入れ替わることを指す

ホテルの名前は、運営を担う自遊人※15が付けた。「講(こう)」とは、かつて日本にあった地域の助け合い組織の呼び名だ。商店街に泊まって、街なかで食べて飲んで、買い物を楽しんでもらう。周囲には昔懐かしい銭湯もあるから、住人になった気分で旅の汗を流すのもいい。ホテルでは毎日、付近の商店の協力を得て、「商店街ツアー」を開催している。地酒の利き酒、漬物や川魚の惣菜など、これまで地元の人しか知らなかった、大津ならではの味を試食しながらの街あるきだ。これまでに、商店街でおよそ15万円もの買い物をした宿泊客もいたという。

自遊人は「ステイファンディング」という新しい試みを

始めた。1泊1人あたり150円をプールし、商店街連盟に寄付する仕組みだ。150円は温泉地の入湯税に相当する金額。これを、まちおこしの財源にしてみよう。その狙いについて自遊人・編集長の岩佐十良さんは次のように語る。「日本中どこでも、民間のまちおこし団体は財源に困っている。私自身も新潟で経験しています。ステイファンディングを大津で定着させて、ゆくゆくは全国に広がっていくことを願っています」。

文：エディター＆ライター 萩原詩子『滋賀県大津市に誕生した“商店街ホテル”。町家活用で宿場町の魅力を楽しむ』(LIFULL HOME'S PRESS 2018年12月4日公開 [https://www.homes.co.jp/cont/press/reform/reform\\_00760/](https://www.homes.co.jp/cont/press/reform/reform_00760/))を基に筆者が要約・責了 ※内容は取材当時のもので、現在と異なる可能性があります

## センシュアス・シティの つくりかた

### 街を“つくり変える”のではなく、街を“語り直す”

人々に豊かな都市体験をもたらすセンシュアス・シティ。しかし、その魅力は必ずしもゼロから新たに創り出す必要はない。都市がこれまでに積み重ねてきた歴史や風景、文化は、それ自体が固有の価値であり、他の都市では代替できない唯一無二の資源となりうる。言い換えれば、それは偽物ではない本物（オーセンティシティ）の魅力である。

「宿場町HOTEL 講 大津百町」を含む大津市の宿場町構想は、既存の歴史的価値や情緒を、今日的な都市体験として再表象させようとする取り組みである。高度経済成長期以降、街に残された町家は十分に活用されることなく、商店街の衰退とともに街全体が活力を失っていった。しかしこのプロジェクトでは、こうした歴史ある町家が単なる建物の再生にとどまらない、地域文化を編み直す象徴となっている。

たとえば、開業前のお茶会での地元の工芸・銘菓を取り入れた演出、近隣の商店と連携した「商店街ツアー」などの取り組みは、都市に眠っていた物語を呼び起こすきっかけとなる。訪れた人々は単なる観光客とし

てではなく、一時的に街の一員となるような感覚を得るが、その体験は外から来る者にとっての発見であると同時に、地域住民にとっても、見慣れた風景や日常を解釈し直す機会となる。

このように、観光まちづくりを超えて地域づくりにも寄与するこの取り組みは、「都市の再生」とは何か、「開発」とは何かという根本的な問いを突きつける。街を“つくり変える”のではなく、街を“語り直す”ことは、社会が縮退していくなかでのまちづくりのひとつの方向性である。実際、前出の「成熟社会の共感都市再生ビジョン」においても、「地域資源の保全と活用によるシビックプライドの醸成」が明確に掲げられている。

都市の魅力の向上は、未来の計画や新しい施設だけがもたらしてくれるものではない。時を経ても色褪せることのない本物の価値が、都市のなかに埋もれている。センシュアス・シティの実現は、そうした「忘れられた風景」を丁寧に掘り起こし、現代の都市生活のなかで再編集する営みからも生まれてくる。

※15 株式会社自遊人。雑誌「自遊人」の発行や、新潟県南魚沼市の宿泊施設「里山十帖」の運営などを行っている



2020年10月、東京・上野～湯島の歓楽街・仲町通りで「上野・湯島ガイトウスタンド&テラス」が始まった。11月末までの金・土曜日に定期開催され、17時になると仲町通りの街灯42本のうち21本に小さな着脱式テーブルが取り付けられる。来場者は通り沿いの飲食店からテイクアウトした飲食物をそこで自由に楽しむ。ネオンに照らされた通りには、来訪者、運営スタッフ、店員がまざり合い、コロナ禍を忘れるようなにぎわいが生まれていた。

なぜこの取り組みが仲町通りで始まったのか。池之端仲町界隈は、寛永寺や湯島天神の門前町として発展し、江戸時代は商店街として、明治以降は花街として、学者や職人らが集う文化的な場所であった。しかし戦後、売春禁止法や風営法改正により花街は衰退、歓楽街へと変貌。近年ではバーやスナックの閉店が相次ぎ、空き店舗が増えていた。

こうした状況を受け、地域文化を再び育て空き店舗を減らそうと、2019年初頭より地元ビルオーナーとともに勉強会が始まった。その成果として同年9月に「第1回アーツ&スナック運動」が開催。空きスナック店舗を活用し、現代アートや伝統文化を紹介したこのイベントは258人を集め、空きテナントへの入居決定などの効果をもたらした。翌年の第2回はコロナ禍により中止となったが、代替案として生まれたのが「ガイトウスタンド&テラス」である。

三密回避を前提に、「街を支えるイベント」を模索するなかで、街灯にテーブルを付けるというアイデアが出たのは2020年5月初旬。従来、オープンカフェのために道路占用許可を得るのは困難で、目抜き通りが対象だったが、商店会が占用許可を持つ街灯に小さなテーブルを加える手法は実現性が高かった。同年6月に国交省から「国道の路上



街灯そばの飲食店から食べ物、飲み物をテイクアウトしてスタンドテーブルの周りに集う（写真提供／アーツアンドスナック運動実行委員会）

利用における道路占用許可基準の緩和」が発表されたことも追い風となり、準備が進行。テイクアウト対応を始めていた飲食店、積極的な不動産オーナーらの協力も得られ、21店舗が参加に至った。

今後も継続予定で、訪問者アンケートでは「食べ歩きが楽しい」「好きな場所を使える」「次回は他店を利用したい」「落語家さんが加わってくれた」など、好意的な意見が多く寄せられている。

この取り組みの背後には制度的な変化もある。コロナ禍対応で始まった道路占用許可基準の緩和は、2020年11月に歩行者利便増進道路制度「ほこみち」として制度化された。従来、道路は車のための空間だったが、通行に支障がない範囲で活用することで、にぎわいある公共空間の創出を目指す。「ほこみち」制度開始から4年余、すでに全国64市区町・171路線※16で活用されており、道路が地域の交流や活性化に資する空間として再評価されつつある。

文：編集者 介川亜紀 「上野・湯島ガイトウスタンド&テラス」開催。withコロナ時代のニューノーマルを探る』（LIFULL HOME'S PRESS 2020年11月16日公開 [https://www.homes.co.jp/cont/press/rent/rent\\_00842/](https://www.homes.co.jp/cont/press/rent/rent_00842/)）を基に筆者が要約・責了 ※内容は取材当時のもので、現在と異なる可能性があります

※16 2025年3月31日時点

かつての道路空間は、屋台が立ち並び、家の前では打ち水が行われ、子どもたちの遊び場にもなるなど、生活の延長線上にあるあいまいで包摂的な空間であった。しかし、高度経済成長期を迎えると、モータリゼーションの進展により、道路は自動車中心のインフラへと転換されていった。市街地再開発や土地区画整理事業では、都市の不燃化と同時に幅員の広い道路整備が推進され、歩行者と車両の分離も進められてきた。今日においても、日本では戦後間もない頃の成長を前提とした構想に基づき、約80年前の都市計画道路がいまだに建設され続けている。

一方、世界では現在、車中心の都市空間から人中心の都市空間への転換が加速している。ニューヨークではタイムズスクエアの歩行者空間化が実現し、パリでは「15分都市」の概念のもと、徒歩15分圏内で生活が完結する都市構造と、それに即した交通政策が導入されている。日本国内においても、2019年に国交省が「居心地が良く歩きたくなるまちなか」の形成を目指し、「ウォークブル推進都市」の公募を開始した。これは、2014年の都市再生法の改正により導入された立地適正化計画制度を含む「コンパクト・プラス・ネットワーク」の取り組みをさらに発展させ、官民が連携して公共空間を人中心のウォークブルな空間へと転換するこ

とを目指すものである。こうした方針は、世界的な都市政策の潮流に呼応するものである。

さらに、2020年にはコロナ禍がウォークブルの取り組みを後押しする契機となった。緊急事態宣言下で来客が激減した飲食店を支援する目的で、同年、国交省は道路占用許可基準を緩和し、加えて「歩行者利便増進道路制度（通称：ほこみち）」を創設。これにより、道路空間を活用した新たな公共空間づくりが制度的に可能となった。同年9月の改正都市再生法は「ウォークブル推進法」とも称される。

上野・湯島の仲町通りで展開されている「ガイトウスタンド&テラス」の取り組みも、当初はコロナ禍の特例措置から始まり、現在は「ほこみち制度」へと移行して活動が継続している。

全国的には、パークレットの設置や車線の削減による交通制限などの大規模な社会実験を通して、歩道の拡幅やトランジットモールの整備といった都市空間の再編が、時間をかけて進められるケースも多い。一方で、上野・湯島の事例のように、街頭にテーブルを置くという小さなアクションから始めることも可能である。本事例は、センシュアス・シティの因子である「ウォークブル」の実現に向けた第一歩を踏み出すヒントを示している。

## CASE 08

## ミズベリング信濃川やすらぎ堤（新潟市）

新潟市を訪れたならぜひ、訪れてみてほしい場所がある。市の中心部を流れる信濃川の河川敷「やすらぎ堤」である。やすらぎ堤では2006年に社会実験として萬代橋の下流側、右岸（新潟駅側）で萬代橋サンセットカフェが始まって以降、信濃川やすらぎ堤川まつり、萬代橋誕生祭などといったイベントで水辺を使い続けてきた。そこに2016年から加わったのが「ミズベリング信濃川やすらぎ堤」。

これは2011年に行われた河川占用許可準則の改正により、河川区域で民間事業者等による企業活動が可能になったことを契機として開催されるようになったもの。実際に水面を含めた河川区域を利用するためには都市・地域再生等利用区域の指定を受ける必要もあったが、新潟市では前述のサンセットカフェや河川敷を利用した各種イベントを続けてきた実績があり、2016年には指定を受け、同年

から「ミズベリング信濃川やすらぎ堤」がスタートしている。メインとなる会場は右岸側。堤上の遊歩道脇の萬代橋寄りに1軒、八千代橋寄りに6軒の飲食店が出店しており、店内に加え、河川敷に設置されたテント内で飲食が楽しめるようになっている。テントや椅子、ランタンその他用意されているのはすべて新潟県三条市に本社を置くアウトドア用品等で知られる株式会社スノーピークの製品。

3年目(2018年)には平日限定で「水辺キャンピングオフィス」も行われた。水辺に設置されたテントやタープ内で会議や打ち合わせ、そしてその後の懇親会を楽しんでみては?という提案である。いつものメンバーで行う会議でも、場所が変わるだけで気分が変わり、自由な発想が生まれたり、互いの距離を近く感じたりするようで、それが水辺の開放的な空間であればさらに自由になれるはず。試してみたいものである。

市民からのポジティブな評価も増えている。「信濃川の夕暮れがこんなにきれいとは知らなかった、気持ちの良い空間だった、新潟にやすらぎ堤があって良かったなど、やすらぎ堤を訪れることで、これまで気づかなかったこの街の良さに気づいたというような声を聞いている。

昼間からにぎわうことも。夕方は6時くらいから人が集まり始めるそうだ(撮影:中川寛子)



やすらぎ堤が自分たちの街を愛する気持ち、シビックプライドの醸成につながっているのです」(新潟市都市政策部 まちづくり推進課 以下まちづくり推進課)

視察などで新潟市を訪れた他自治体の職員が見学を要望することも増えているようで、新潟市の取り組みは全国的にも知られつつある。水辺を使いたいと考える自治体も増えているのだろう。歩いたり、走ったり、ぼおとしたりする場から飲食、買い物、仕事などで人が集う場へと変化してきたやすらぎ堤にさらに新しい使い方が増えるかどうか。年々使い方が多彩になってきたことを考えると、今後にも期待したい。

文：住まいと街の解説者 中川寛子 『食べて、遊んで、働いて。使い方多彩な「ミズベリング信濃川やすらぎ堤」に行ってきた』(LIFULL HOME'S PRESS 2019年7月22日公開 [https://www.homes.co.jp/cont/press/buy/buy\\_00922/](https://www.homes.co.jp/cont/press/buy/buy_00922/)) を基に、筆者が要約・責了 ※内容は取材当時のもので、現在と異なる可能性があります

## センシュアス・シティの つくりかた

### 都市にある自然資源を活用する

ミズベリングとは、まだ十分に活用されていない水辺環境に対する社会の関心を高め、その新しい活用の可能性を切り開いていくための官民一体の協働プロジェクト。かつて街の象徴として人々の暮らしとともにあった水辺も、高度経済成長とともに効率重視の排水路と化し、街並みから背を向けられる状況にある。また、治水の観点からその利用は厳しく制限され、利用する場合にも公共性、公益性が重視され、その主体は公的機関に限定されていたが、2011年の河川敷地占用許可準則の改正により、全国の河川で民間事業者による飲食店や照明施設等を設けて営利事業を行うことが可

能になった。ただし民間事業者が河川敷地を利用するには、都市および地域の再生等のための利用によらなければならない。これらを背景に、水辺を「つくる」だけでなく水辺や周辺地域・文化を「つかいこなす」ことを視野に、その活用のムーブメントを起こそうというのがミズベリングのミッションだ。

信濃川のやすらぎ堤の活用は、萬代橋サンセットカフェの社会実験から始まり、2016年以降はミズベリングとして実施している。同年「信濃川やすらぎ堤かわまちづくり」として国のかわまちづくり支援制度に登録、2019年には「かわまちづくり大賞」も受賞した。



センシユアス指標の「都市のリトリート」場面を創り出せる水辺の活用だが、ミズベリングではその参加方法を『「水辺が好き」『水辺を良くしたい』。そのアツい気持ちさえあれば、立派なミズベリスト。仲間を集めて『ミズベリング〇〇』を立ち上げるだけ』と説明しているように、全国的なコミュニティや支援が豊富にある点特徴的。

国交省も、各河川の国管理区間において、民間事業者等による河川敷地の活用が可能と想定される箇所を「河川敷地の民間等活用に資するポテンシャルリスト」で公開しているほか、市町村や民間事業者に向けた「かわよろず」という相談窓口も用意している。

民間に河川が開かれた今、まずは動いてみるのがセンシユアス・シティをつくる第一歩になりそうだ。

## CASE 09

## 豊島区小規模公園活用プロジェクト（東京都豊島区）

東京都豊島区といえば、「南池袋公園」が頭に浮かぶのではないだろうか？ 池袋駅近くにありながら、約7,800㎡と相当の広さがあり、緑豊かで使い勝手がよく、カフェがあるなどおしゃれ感もある。もはや同区の公園の代名詞といってもいい。ところが、意外にも豊島区の公園の区民ひとりあたりの面積は、東京23区では最低ランクだ。また、大きな公園はほとんどなく、1,000㎡以下の小さな公園や児童公園が約7割を占める（2020年1月時点）という。

「区は維持管理はしてきたものの、残念ながら、住民に使われず閑散としている公園が少なくありませんでした」（豊島区「わたしらしく、暮らせるまち。」推進アドバイザーの宮田麻子さん）

住民にもっと公園に目を向けてもらうにはどうすればいいか。そこで、宮田さんがまず着手したのは、老朽化して近寄りがなくなった公園トイレを改善する「としまパブリックトイレプロジェクト」。区内133ヶ所のうち85ヶ所を改修。そのうち24ヶ所のトイレの内外の壁に明るくカラフルな絵を描き、「アートトイレ」へと変えた。

そして、2018年から取り組んだのが、「小さな公園活用プロジェクト」。コンセプトは「ともに育つ公園」だ。地元の公園をもっと使いやすく、過ごしやすいものになるよう、“みんなで考え育てていく”という趣旨である。

「現在、多くの公園では残念ながら『〇〇禁止』が多く、思うように活用できていません。まずは、そういった状況を覆し、『〇〇できる』を増やすことが重要だと考えました。

白い屋根のコンパクトな屋台は組み立て式。使用後は公園内の倉庫にしまう（撮影：介川亜紀）



公園の設備や遊具といったハードだけではなく、住民のコミュニティ形成や公園の活用ルールなど、公園に関わるソフトの見直しを通じて状況を変えていく方針です」（宮田さん）

数ヶ所の公園を選び、パイロット事業として試験的にプロジェクトをスタート。周辺住民を対象に「“〇〇公園をみんなで育てよう” 井戸端かいぎ」や「“公園でどう過ごしたい” 投票」を行って、住民の意見をうまく引き出し、取りまとめた。2019年12月には「過ごしたい公園」を形にしたイベントが、西巣鴨二丁目公園で開催された。井戸端かいぎで出たアイデアをもとにデザインしたウッドデッキやベンチ、新たなサインを取り入れた看板、本とコーヒーを楽しめる通称「パークトラック」のお披露目のほか、近隣住民の発案で公園の防災かまどでいももちをつくって組み立て式の屋台で販売するなど、非常ににぎやかな一日となった。看板は「〇〇禁止」という言葉を排除し、新たに、「くつろぐ」「遊ぶ」「集う」など、できることをまとめて示し

たデザインである。

同月、西池袋の上り屋敷公園でも同様の趣旨のイベントが行われた。今後、「小さな公園プロジェクト」ではこの2公

園をモデルにしながら、同様の手法でより多くの公園の活用を促進していきたいとする。

文：編集者 介川亜紀 『豊島区で小規模公園活用プロジェクトが進行中。公民連携のリニューアルで長く暮らしやすいまちを目指す』（LIFULL HOME'S PRESS 2020年3月13日公開 [https://www.homes.co.jp/cont/press/rent/rent\\_00769/](https://www.homes.co.jp/cont/press/rent/rent_00769/)）を基に、筆者が要約・責了 ※内容は取材当時のもので、現在と異なる可能性があります

## センシュアス・シティの つくりかた

## 余白が新たな“動詞”を創り出す

豊島区が取り組む「小さな公園活用プロジェクト」は、センシュアス度を高めるうえで重要な要素である「余白」を、都市の真ん中で創り出す試みである。

センシュアス・シティとは、本質的に「動詞」で測られる都市である。しかし従来の公園設計は、「何ができるか」ではなく「何をしたいか」を基準としてきた。たとえば、「ボール遊び禁止」「火気厳禁」「テント禁止」といった文言が並ぶ看板がその象徴であり、こうした禁止事項は空間の使い方をあらかじめ限定し、利用者の創造的な関与（動詞の創出）を抑制してきた。

こうした状況に対して豊島区は、「〇〇してもよい」という選択肢を広げる方向へと発想を転換した。「くつろぐ」「遊ぶ」「集う」など、能動的な動詞を通じて空間の利用方法を提示し、利用者が主体的に関われる（動詞を創造できる）環境を整備したのである。このアプローチは、都市空間を「使われることを前提に設計する」というプレイスメイキング的な思想と軌を一にするものといえる。

さらに本プロジェクトの特徴は、単なるハードの更新

にとどまらない点にある。地域住民との対話を重ね、「どのように過ごしたいか」「どのような場所であってほしいか」といった声を丁寧に引き出し、それをもとに看板やウッドデッキ、移動式のコーヒースタンド「パークトラック」などを導入するプロセスは、まさに場を育てる継続的なまちづくりの実践である。その結果、公園は「完成された施設」から「ともに変化し続ける場」へと変容した。

近年、Park-PFIの導入により大規模公園の利活用が進むが、この豊島区のような身近な小規模公園においても、創意と工夫によって空間の可能性を引き出すことができる。本プロジェクトは、その具体的な手本を示している。

センシュアス・シティにおける公共空間とは、都市が一方的に提供する「正解」ではなく、市民とともに見出していく「余白」の集積である。その余白があるからこそ、偶発的な出会いや即興的なアクティビティが生まれ、都市に自由と創造性が宿る。豊島区の小さな公園の活用は、都市の細部に宿る「余白」から、新たな“動詞”を引き出すセンシュアス・シティの実践例といえるだろう。



いつもは多くのビジネスマンが行き交う歩道。しかし、この期間ばかりは移動販売車やキッチンカーが立ち並び、カップルや家族連れがドリンクや軽食を片手に散歩を楽しむ……。2023年6月に開催された「新虎ストリートマルシェ」は、新橋と虎ノ門を結ぶ新虎通り（環状2号線同区間）を会場としたイベントだ。4月に行われた第1回に続き、地域ににぎわいをもたらす契機となった。

出店は、コーヒー、オムライス、ハンバーガー、カレー、パスタ、タコライス、かき氷、クレープなど多彩な店が出店し、なかには、お香の販売ワゴンや新虎通りの近くで創業した歴史を持つ永谷園のお茶漬け海苔の無料サンプル配布車なども。新橋や虎ノ門にゆかりのある老舗や新事業の店舗が軒を連ねて、来場者をもてなした。さらに親子で遊べる遊び場も設けられたほか、寄せ植えや文具のワークショップなども開催。老若男女を問わず、幅広い層に向けてバリエーションに富んだ企画が盛り込まれ、新しい形のストリートカルチャーとなる気配を感じさせた。

このイベントの背景となっているのが、2020年に創設された「歩行者利便増進道路指定制度」、通称「ほこみち制度」だ。東京都の「ほこみち」第1号として新虎通りが指定されたことを受け、「新虎ストリートマルシェ」が企画された。

主催者に名を連ねる新虎通りエリアマネジメントは「多様な人々の交流と多彩なアクティビティがあふれる心躍るまち」を目指す。新虎通りの豊かな歩道空間や沿道空間を

広い通りにキッチンカー等が並ぶ



中心に、周辺の公園や広場空間などの公共的空間や民間施設を地域に開放し、居心地の良い居場所として展開することで、さまざまな人が立ち寄りやすく、多彩なアクティビティの受け皿として機能させるのだという。

そこで新たな交流が生まれ、地域の伝統や文化を広めたり、地域の未来につながるアイデアを育み、発信していく。そのような交流とエリアが常に生まれ続けていく地域となることをビジョンとして掲げている。「新虎ストリートマルシェ」は、そうした取り組みのひとつの集大成でもあり、通過点でもある。

「新虎ストリートマルシェ」では、地元の住民、企業、自治体を中心に、幅広く有志が集い、新虎通りという「場」に特別な意味と価値を根付かせていこうという姿勢が伝わってきた。そこには現代的なフラットな関係性のみがあり、多様な存在が共存する、これからの街のあり方が提示されているようにも思われた。

文：住宅・建築ライター 渡辺圭彦 『新虎通りで「新虎ストリートマルシェ」開催。「ほこみち」制度で新たなにぎわいが生まれる』（LIFULL HOME'S PRESS 2023年7月7日公開 [https://www.homes.co.jp/cont/press/buy/buy\\_01536/](https://www.homes.co.jp/cont/press/buy/buy_01536/)）を基に、筆者が要約・責了 ※内容は取材当時のもので、現在と異なる可能性があります

### センシュアス・シティの つくりかた

### 合理的な街にこそプレイスメイキングを

新虎通りの整備は、1945年12月に閣議決定された「戦災地復興基本方針」に基づく都市計画に端を発する。しかし、用地買収の難航により長らく着工は凍結

されていた。

その後、立体道路制度の創設や、都市再生特別措置法に基づく「都市再生緊急整備地域」への指定を契



機として再開発が本格的に始動し、新虎通りの整備および、4つの再開発事業から構成される虎ノ門ヒルズが開業するに至った。

このエリアは、高層ビルとその周辺に広がるオープンスペース、さらには幹線道路に沿った広く直線的な街路空間によって構成されている。こうした都市構造は、2015年版「センシュアス・シティ」の視点から見れば、小さな街区、曲がり角、新旧の建物が混在するような、いわゆる“ジブリ的”な都市の感覚とは対極にある“アトム的な都市”、すなわち計画的・直線的・巨大構造的な再開発の典型と捉えられるだろう。

このような再開発型の都市空間は、設計段階で用途が規定され、センシュアス・シティにおいて重視される動詞的な「体験」、すなわち人が能動的に関わる余地を生み出しにくいという課題を抱える傾向にある。つまり、設計者の意図が強く先行し、生活者による即興性

や偶発性を受け入れる“余白”が少なくなるのである。

しかし新虎通りでは、再開発と並行してエリアマネジメント組織が設立され、早い段階から「新虎ストリートマルシェ」などのイベントが継続的に開催されるなど、空間の活用において能動的なストリートアクティビティが積極的に展開されてきた。これにより、計画型の都市構造に対しても、市民の関与や体験を通じたセンシュアスな価値の創出が図られている。

このことは、むしろ再開発によって整備された都市空間こそ、プレイスメイキング的アプローチ（人々の行動や交流を通じて“場”をつくっていくという思想）が不可欠であることを示唆している。高度に計画された空間であっても、それが人にひらかれ、使われ、語られる場所となるには、制度や建築のみならず、日常的な「都市の使いこなし」が伴わなければならないのである。

### 3. 大いなる火葬場 バラナシにて

本章では、センシュアス・シティのつくりかたとして参照したい全国10の事例を紹介してきた。これらの事例に共通していたのは、都市再生＝大規模化・高層化・収益性偏重という従来の再開発の文脈に対する、静かでしなやかな異議申し立てである。そこでは制度や空間をただ消費するのではなく、これまでの都市の文脈や営みに丁寧に耳を傾け、自分たちの都市をどのような都市にしたいのか、都市でどう暮らしを営んでいくのか、という根本的な問いに立ち返る姿勢があった。

センシュアス・シティは、利便性や効率性では測れない都市の価値を再評価する試みである。それは、身体性や関係性に基づく都市体験からつくられる。グラングリーン大阪のように都市全体のビジョンから開発の在り方を再定義する事例、GREEN SPRINGSのように空間の効率性

よりも人の心地良さを重視する事例、学大高架下や高松丸亀町商店街のように、開発事業者や所有者の枠を乗り越えながら地域住民がまちづくりを主導していく事例、人宿町のリノベーションまちづくりや大津市の商店街ホテルのように今あるものを生かしながら街の記憶を紡いでいく事例、本章でセンシュアスとは異なるベクトルであると述べた大規模再開発でできた街であっても、プレイスメイキングによって街を使いこなそうとする新虎ストリートマルシェの事例……いずれも、都市の「個性」や「ナラティブ」は、あらかじめ設計されるものではなく、人と人との関係性や都市との対話のなかで徐々に育まれていくことを示している。ナラティブを創出するセンシュアスなまちづくりは、決してそれが目的になるようなものではなく、私たちが都市の日々の関わりのなかで紡がれていくコンサマトリー（自己

充足的)なものなのではないだろうか。

-----

2025年6月上旬、筆者は本報告書でセンシュアス・シティの事例紹介を担当するにあたり、ヨーロッパの各都市を訪れる予定を立てていた。それぞれの都市のガイドブックや文献も読み込んでおり、あとは現地に行くだけという段階であった。しかし、出発前日になっても、どうも心が躍らない。

「センシュアス・シティには偶発的な出会いがあるべきだ」——この議論は、かねてよりプロジェクトメンバーのあいだで語られていた重要な視点の一つである。それを思い出したとき、筆者は自らの旅程は、見るべきもの、体験すべきものがあらかじめ分かっており、予定通りに視察を終えるだけの旅で偶発性が欠けている。それは既知の答えをなぞるだけの、コンサマトリーとは対極のインストゥルメンタル(道具的)な行為であると気がついた。

翌日、筆者の足はインドへと向いていた。事前知識も準備もなく、むしろそういった無防備な状態で都市を歩いてみたくなったのである。

ニュー・デリーの空港に降り立った瞬間、気温は摂氏45度を示していた。6月がインドで最も暑い季節だということは後から知った。熱波と喧騒のなかで、まず驚かされたのは予定調和のなさだ。タクシーやオートリキシャは目的地に素直に向かわない。運転手は平然と道を逸れて旅行代理店に立ち寄る。駅員を装った詐欺師が駅の外に誘導し、ツアーを売り込もうとする。インドでは制服は役割を示すものではない。秩序も信用もあらかじめ担保されてはいない。

この感覚は、日本の都市では得がたいものだ。日本では、制服を着た人は信頼でき、公共交通機関は時刻どおりに動き、都市のサービスはほぼ例外なく顧客の要望通りに機能する。その正確さ、快適さは素晴らしいが、都市体験としては極めて予定調和的だ。裏切られることがない分、想像を超えてくることもない。

あくる日、筆者はインド北部に位置するヒンドゥー教の

聖地・バラナシ(ワラーナシー、ベナレスとも呼ばれる)を訪れた。バラナシには、ヒンドゥー教において女神ガンガーとして崇拜されるガンジス河(ガンガー)が流れている。その流れに身を浸すことは、輪廻転生の苦しみからの解脱=モークシャへの道とされ、なかでもバラナシで沐浴を行えば、生涯の罪が洗い流されると信じられている。また、ここで息絶えることは最高の死とされ、ヒンドゥー教徒たちは生前に一度はこの地を訪れようと願い、死を前にした人々は家族にこの地への移送を頼むという。

バラナシの道路網は複雑極まりなく、大通りの周囲には無数の路地が広がる。それらは、網目状でも蜘蛛の巣状でもなく、何の規則性も見出せない。地図上では道として表示されていても、実際には人家と人家の隙間だったりする。バラナシの路地は「歩行者中心」とは言いがたいが、高密度に並ぶ商店や露店、ひしめく人々の喧騒、歩くことでしか見つけられないものの連続である。人と牛と犬とバイクが錯綜するこの街では、居心地は決して良くない。だが、街の匂い、音、質感が身体への五感すべてに迫ってくる。筆者が日本で経験してきた安全に管理されたウォークブルとは根本的に異なるが、間違いなくそれは「歩きたくなる」街であった。

やがて路地を抜けると、視界が一気に広がった。聖なる河・ガンガーだ。川沿いには「ガート」と呼ばれる階段状の河岸空間が連なっており、そこは宗教空間であると同時に公共空間でもある。洗濯する人、沐浴する人、ヨガをする人、昼寝する人。誰がどのように使うかは誰によっても規定されていない。まさに都市の余白である。

そしてガートにはもう一つの大切な役割がある。それは「火葬場」としての役割だ。人々が思い思いに過ごすその向こうでは、常に煙が空に向かい立ち昇っている。人々が暮らす都市の真ん中で、火葬が行われているのである。

ここであらためてバラナシの特性について触れておこう。バラナシは、ヒンドゥー教における輪廻からの解脱が約束される都市であり、この地で火葬されることが、彼らにとってはこの世で最も聖なる行為だ。マニカルニカー・ガートでは、火葬が絶え間なく続いている。鮮やかな色の布に包まれた遺体を大量の薪の上に載せて火を放ち、川の畔で数時間をかけて荼毘に付すのだ。都市の中心にあるにもかかわらず、それを拒む者はいない。

かつてイギリス統治下にあった際、街の真ん中に火葬場があるのは公衆衛生上好ましくないという西洋的な倫理観から、火葬場を郊外に移し、それまでの火葬方法をやめ近代化すべきであると、火葬場の閉鎖が宣言された。しかし、バラナシの人々は強い異議を唱えた。そのときの記録が「バラナシ市制報告書（1925年）」に残されている。そこには次の言葉が記されていた。

「火葬場（中略）が街のために存在するのではない。街が、火葬場のために存在するのである」※17

この価値観の反転にこそ、バラナシの都市としての本質が表れている。都市計画や合理性ではなく、宗教的・文化的なナラティブによって空間の意味が規定されているのである。都市が「どうあるべきか」ではなく、都市が「どう生きてきたか」によって空間の価値が形成されている。都市がセンシュアスであるためには、単に五感に訴える物理的刺激だけでは足りない。その都市ならではの物語が、体験として伝わってくるのが不可欠だ。バラナシには、都市のフォーマット化では決して再現できない深い時間軸がある。そして、その物語の語り手は、そこに暮らす人々、そして訪れる人々一人ひとりである。彼らの暮らしが都市空間を意味づけており、その結果として生まれる偶発的な出会いや、五感に訴える体験が、バラナシという都市を官能

たらしめている。

日本の都市政策に目を向ければ、「ウォークブルシティ」「個性ある都市づくり」など、かつてに比べて多様性や人間らしさを取り戻そうとする動きが活発化している。その姿勢自体は歓迎すべきだが、制度として整備されるにつれて、都市の在り方が再び予定調和的なものに収斂されていく懸念も否めない。センシュアス・シティとは、画一的な取り組みや制度によってつくられるものではない。制度の枠を超え、市民一人ひとりの暮らしの積み重ねが空間に染み出すことで、はじめて都市はセンシュアスな存在になり得る。

都市のナラティブ。それは、センシュアス・シティの起点であり、核心である。筆者はバラナシを歩きながら、そのことを確かに感じた。



早朝のダシャーシュワメード・ガート（筆者撮影）

※17 NHK（2002）による

## 参考文献

- ・岸本達也・鈴木亜衣（2011）. 競合環境におけるチェーン店と独立店の配置に関する研究. 日本建築学会計画系論文集, 76巻, 663号, pp903-909
- ・塚本創悟・牛垣雄矢（2023）. 大泉学園駅周辺における駅前再開発に伴う商業構造の変容. 学芸地理, 79号, pp1-15
- ・LIFULL HOME'S総研（2015）. Sensuous City[官能都市]
- ・伊藤香織（2017）. 都市環境はいかにシビックプライドを高めるか 今治市を事例とした実証分析. 日本都市計画学会 都市計画論文集, 52巻 3号, pp1268-1275
- ・上原祐輝・後藤春彦・吉江俊・林書嫻（2024）. 住民と専門家の境界領域にいる「ローカリスト」の沿線開発への参画とその課題. 日本都市計画学会 都市計画論文集, 59巻 3号, pp760-767
- ・山口美貴・大村謙二郎・有田智一（2006）. 大規模都市開発における行政・企画提案主体・市民による協議の実態と課題. 日本都市計画学会 都市計画論文集, 41巻 3号, pp301-306

## 参考書籍

- ・NHK取材班（2024）. 人口減少時代の再開発「沈む街」と「浮かぶ街」. NHK出版
- ・ヤン・ゲール（2014）. 人間の街（北原理雄訳）. 鹿島出版会
- ・カルロス・モレノ（2024）. 15分都市一人にやさしいコンパクトな街を求めて（小林重裕訳）. 柏書房
- ・NHK（2002）. ペナレス: 生と死の聖地（NHKスペシャル アジア古都物語）. NHK出版



まちの魅力を支える中小事業者たち

# 居場所を、 風景を守る —事業承継の “今と課題”

株式会社東京情報堂 代表取締役

中川寛子

Hiroko Nakagawa

●なかがわ・ひろこ／各種媒体での記事執筆のほか、テレビ番組出演や住宅関係の著書も多数。40年以上住宅関係の取材・執筆を行い、実際の足で集める情報は多岐にわたる。『空き家再生でみんなが稼げる地元をつくる「がもよんモデル」の秘密』（和田欣也共著 学芸出版社、2021年）など空き家関係の著書も多い。

商店街をはじめ、飲食店や銭湯その他まちに存在する各種の中小・零細の事業者は暮らしを支えるだけでなく、地域のイメージや風景となり、居場所となるなどさまざまな面からまちの魅力を支える大きな存在。

ところが昨今、そうした事業者が高齢化の波が押し寄せ、知らぬ間に閉店、廃業していたという話を聞くようになった。2022年の帝国データバンクの「全国企業『休廃業・解散』動向調査」によると休廃業した企業の代表者の平均年齢は71.0歳。2年連続で70歳を超えており、高齢

化は明らかだ。

加えてこの間では2020年以降のコロナ禍がまちの個人事業主に大きな打撃を与えた。コロナ禍で廃業した企業の8割超が従業員5人未満の企業で占められており（※1）、特に飲食店の倒産件数は緊急事態宣言下の2020年には780件と過去最多（当時。※2）に及んでいる。2022年以降はコロナ融資の返済開始、物価高騰などの影響で倒産件数が増加しており、ここでもダメージを受けているのは負債1億円未満の中小・零細事業者である（※3）。



そして、退場した事業者の跡地はマンション、あるいは建売住宅などに変わった。事業を続けられたかどうかがまちの風景に影響を与えてきたともいえる。

では、承継を阻むものはなんなのだろう。ここでは承継できた例を中心にさまざまな事業者、関係者に事業承継

(以下本文では承継)について話を聞いた。

(※1) コロナ前後における小企業の廃業の実態 ―「全国中小企業動向調査・小企業編」による分析 日本政策金融公庫 調査月報 2023年 183号より  
(※2) 「飲食店」の倒産動向調査(2024年度) 株式会社帝国データバンク  
(※3) 倒産集計2024年7月報 株式会社帝国データバンク

## 10年前の絶滅危惧種、銭湯は今も減少中、 その一方で明るい話題を聞くことも

2015年、官能都市のレポートが出た年に知り合い、その後、何度も取材でお目にかかっている人たちがいる。その一人がレポート内で当時の銭湯の状況について語っていた、現在も文京建築会ユースで銭湯の保全とアーカイブに取り組んでいる栗生はるかさんだ。

知り合ったのは2015年9月に廃業した本郷の菊水湯の保全活動を通じて。当時、文京区では2013年の「おとめ湯(千石)」以降「鶴の湯(千駄木)」、「月の湯(目白台)」と立て続けに銭湯の廃業が続き、10年前のレポートによると「絶頂期の昭和43年に63軒あった銭湯が2015年には1軒、8軒になった」とある。その10年後の現在は5軒(組合非加盟1軒を含む)。減少傾向は続いている。2008年の住宅・土地統計調査で浴室のある住宅は全体の95.5%に達しており、公衆衛生という意味での銭湯には存在意義はほぼなくなっているのである。

だが、10年前に比べ、銭湯＝絶滅危惧種とは思わない人は確実に増えている。その背景には成功する銭湯の登場がある。分かりやすいところでは2024年に原宿の商業施設ハラカドに「小杉湯原宿」を出店した「小杉湯(杉並区)」、2015年に廃業寸前の「サウナの梅湯(京都市)」を承継、この10年で10軒の銭湯を継いだ湊三次郎さん(ゆとなみ社)が挙げられる。前者は家業として銭湯経営をしてきた人たち、後者は第三者が経営にあたることで成功したもので、第三者のうちには銭湯再生を手掛ける法人なども登場している。

栗生さんたちが2020年に立ち上げた一般社団法人せん

とうとまちがハブとなり、銭湯を残すための情報などが共有され、相談先となっていることも大きい。

とはいえ、銭湯業界の人たちは今の状況を楽観視してはいないと栗生さん。

「いくつか、承継への障壁があります。高齢化、人手不足、後継ぎの不在に加えて、承継したいという他者がいても銭湯業界では家族以外には継がせたくないという意識が非常に強く、ある地域での調査ではすべての銭湯が他人には継がせたくないと答えたとか。継ぎたい人はいても第三者承継までの道のりはハード。成功例は奇跡なのかもしれません。

設備の老朽化も大きな問題で、改修には多額の費用がかかり、それだけの蓄えのある銭湯は少ない。さらに最近では設備のメンテナンス事業者の廃業も問題。浴槽の狭い縁に合わせてタイルを施工できる事業者はすでに1社だけと聞きました。銭湯は足元から崩れつつあるのです。

もうひとつ、不動産の問題もあります。古い銭湯は自宅が一体になっていて切り分けられないた

栗生さんには文京区白山のレトロ喫茶「ELLA&LOUIS」で話を聞いた。このエリアには以降で登場するジャズ喫茶映画館など歴史のある喫茶店がまだ点在している



め、誰かに営業してもらおうということが非常に難しい。都市部の土地の価格が高い地域ではまとまった土地に立つ銭湯は狙われやすく、営業中からマンションに建替えないかという営業電話がかかってきます。井戸水を使用していた銭湯では近隣のマンション建設で水脈が断たれて水が出なくなる、濁水になって営業できなくなったというケースも聞きます」

成功する銭湯がある一方で低迷、廃業に至る銭湯も多く、承継へのハードルも高い。この10年は二極化が進んだ時期だったといえるのだ。その二極化の要因のひとつは銭湯の存在意義をどう捉えているかにもあるかもしれないと栗生さんはあるキーワードを挙げた。

「経営に前向きな銭湯事業者からはサードプレイスとしての銭湯という言葉をよく聞きます。一方で家業として続けている人たちの中には、そのような発想から遠いところにいる方もいます。意識に変化がなく、これまで通り公衆衛生の場としてただ続けているだけなのか、新しい地平に向かって努力しているのか、要因はさまざまですが、それが差異を生んでいるようにも感じます」

東京都では25年度から「公衆浴場承継マッチング事業」を計画しており、事業を引き継ぐためのコンサルティング事業者の活用などを想定し、事業承継に必要な条件などを整理するとしているそうだが、問題はそこだけではなさそうである。

## 銭湯と喫茶店の間にある差異、意識と規模、不動産的存在感

栗生さんにはもうひとつ、喫茶店についても聞いた。文京建築会ユースは2022年、2024年に「まちのオアシス『文京喫茶』展」を行っており、それにあたり区内の昭和創業（1950～1980年代）の喫茶店を調査している。銭湯同様、喫茶店に地域のコミュニティ拠点としての役割や

可能性を感じての調査、展示で、彼女は喫茶店の変化についても詳しいのだ。

取材で栗生さんとお目にかかった「レトロ喫茶ELLA & LOUIS」（以下ELLA & LOUIS）は48年間続いた老舗で2023年7月に店名と経営者が変わった。居抜きで以前から店を持ちたいと考えていたジャズ好きの現オーナーに

承継されたのである。そのため、運営にあたるスタッフは若返り、メニューにはタコライスのような以前は無かったものも並ぶが、店の雰囲気はほぼ変わっていない。それを楽しみたいのか、若い層も目立つ店である。

「文京区内の喫茶店もどんどん減少していますが、銭湯と違い、この店のように不動産市場に居抜きで出てきたり、現経営者が誰か引き継いでくれないかと周囲に声をかけることなどもあって、多少は承継されやすい印象があります」

その要因として喫茶店は銭湯よりも最初から居場所、サードプレイスの自覚があること、小資本で大きな設備投資なく営業できること、営業時間も短く、アルバイトなどで人手を賄うこともできることなどが挙げられるが、逆に不動産的には弱点もある。

「銭湯でも借りて営業しているところがありますが、喫茶店の場合は借りているケースが大半。その分、営業を他人に承継しやすいのですが、一方で都心部では開発のために立退きを迫られる、大幅な家賃アップを迫られることも。近隣では後楽園の再開発で消えた喫茶店がありました。1960年～1970年頃の喫茶店ブームの時代から営業



以前は貴苑という喫茶店で、内装、家具、カップなどは以前のものを継承。店内の雰囲気は大きく変わらず、昭和のままだ



しているとすると建物も50～60年ほど。建替え計画がある例も少なくありません」

白山でもビルの建替えで近々閉店する予定の1979年創

業の老舗喫茶店があり、ELLA & LOUISではその店が長年作り続けてきた名物メニューを引き継ぐ予定だ。

## 9人で承継、シェアして営業する ジャズ喫茶映画館の新しいスタイル

2025年に承継された「ジャズ喫茶映画館」(以下映画館)は、1978年に映画を上映する喫茶店として白山下で営業を開始。1983年に現在の場所に移転し、以降は先代店主・吉田さんが制作した音響機材が目目を惹く、ジャズが聴ける喫茶店に。店内には3000枚以上はあると思われるレコード、書籍などがぎっしり詰め込まれており、ライブや上映会、トークイベントなどが開かれる文化発信の場ともなっている。

承継の話が出始めたのは2～3年前だったと映画館二代目の荒川俊児さん。

「年のせいで体が動かない、誰かやってくれる人がいないかという話で、去年4月にやる人が決まり、11月からは引き継ぐと聞いていました。それが直前にダメになり、昨年10月末に『荒川さん、やらないか』と誘われ、知人、友人に声をかけ始めました。映画館の収入だけで生活するのは無理なので、副業的に稼げればという人を想定、当初は

3人で5日営業と考えていましたが、なかなか難しい。そのうち、常連でやりたい人がいることが分かり声をかけた

白山駅近くにひっそり佇むジャズ喫茶映画館。わざわざ訪れる人も多い、知る人ぞ知る老舗で、日本のジャズ喫茶を紹介する書籍にも登場している



ころ、年末ぎりぎりになんとかなんと目途がつき、継ぐことができると返事しました」

結果、2025年1月に初顔合わせを行い、荒川さんと友人4人、常連5人の9人で運営会を作って運営することが決まり、その受け皿として吉田さんと荒川さんが事業組合(ジャズ喫茶映画館有限責任事業組合)を作ることになった。以降コーヒーの淹れ方を習うなどして4月16日から新生映画館がスタートしている。

事業組合を立ち上げたのは、吉田さんの個人事業ではなくるので法人化する必要があったため。店舗の賃貸契約については吉田さんが個人から事業組合への名義変更依頼書を出したものの不動産会社から受け入れられないとの返答があったため、吉田さんが引き続きオーナーとして賃貸契約を継続。店の運営については事業組合が業務委託



先代の吉田さんが制作した音響機材を背景に二代目店主の荒川さん。たまたま仕事で縁があり、そこから承継の相談を受けたそう

を受けて行うということになった。

「ここは吉田さんが作った作品のような店。残してくれてありがとうございますと言われますし、私自身、これからも残したいと考えています」

映画館では取材時、2人の若い女性メンバーに会った。それぞれ本業を持っていて、ここでの仕事はアルバイトのようなものだが、ここでの時間がとにかく楽しいと笑顔で話してくれた。ジャズ喫茶は日本独自だそうで、海外から

わざわざ来る人も多く、そうした人たちも含め、人と話をするのが新鮮だという。いつもと違う場所で違う人と違う会話は仕事というより、ある意味非日常の遊びなのかもしれない。

今は使われていない古めかしいレジスター。店内にはこうした昔ながらの品が無造作に置かれており、空間自体が楽しい



## 喫茶店、カフェの存続、承継について 大阪でも聞いてみた

不動産が中小ビジネスの承継に大きな影響を及ぼすとしたら首都圏以外はどうかだろう。それを聞きに大阪ガスネットワーク株式会社エネルギー・文化研究所所長代理・研究員である山納洋さんを訪ねた。

山納さんは社業での複合文化施設の運営を通じて場づくりに関心を持つようになり、その後、個人でカフェやカフェ的な交流の場でのプロデュースを行ってきた。いくつかの場所での異なる形のカフェや場の運営を経て2023年10月からは大阪市北区の「扇町ミュージアムキューブ」と名づけられたシアターコンプレックス1階で「談話室マチソワ」という店主がお客さんに話しかける場を作っている。過去には喫茶店の承継に携わったこともある。

山納さんによると大阪ではこれまで首都圏ほどの家賃上

昇がなかったため、1960～80年代に喫茶店ブームの時に開業した店がその後長く続き、最近では店主が70～80代になったことで、少しずつ代替わりしたり、閉店したりするお店が出てきているという。

今後に関しては店主の高齢化に加え、客層や社会の変化が影響するのではないかという。かつてビジネス街の喫茶店には会社をさぼって新聞を読んでいるような会社員も見かけられたが、今はほぼ皆無。ビジネスマンのお小遣いが減ってランチの後にコーヒーを楽しむ余裕が無いという点もあろう。コロナ以降の米、珈琲価格などの上昇もマイナス要因だ。

不動産の影響というより、高齢化、顧客の減少、物価高、後継者不在などが大阪でも昭和からの喫茶店を圧迫、首都圏よりはテンポが遅いとしても今後は徐々に減っていくのだろう。

ただ、全体としては家賃の大幅上昇は無かったものの、スポット的には人気とともに家賃が上昇、まちの面白さが失われるという現象は大阪でも何度か見られたという。

「大阪で最初にまち外れが『発見』されたのは今、アメリカ村と呼ばれているエリアでした。1969年に喫茶店『Loop』が開業、若い人たちが集まるようになりましたが、賃料が坪5～6万円と高騰。大資本が出てくるようになってつまらなくなり、2000年前後からは周辺の堀江、南船



複数の店主がおのおのの個性を生かして営業する談話室マチソワの前で山納さん。マチソワとはマチネとソワレの間ということ

場などに分散。堀江は2000年以降のカフェブームで賑わいましたが、ブランド化で賃料が坪3万円くらいにアップし、多くのカフェがなくなりました。

それ以降でまだ『発見』された余波が続いているのが中崎町、空堀などで戦前の長屋が残り、古民家を利用して月数万円で小商いができるエリア。蒲生四丁目や昭和町、中津なども似たような雰囲気。ただ、中崎町ではこの10年で家賃が上昇、倍はおろか場合によっては4倍ほどにも。不動産会社が入る、所有者が外国人に代わるなどすると上昇することが多く、今はまだ模様になっています」

それ以上に山納さんが気になっているのはカフェを利用する人、カフェをやりたいと思う人に起きている変化だ。カフェを利用する人でいえば、10代、20代ではカフェにコミュニケーションを求めなくなっているという。

「中崎町に1982年から営む、私が承継に関わった喫茶店があるのですが、現在の店主が『お客さんはいっぱいなのに、一日で『いらっしゃいませ』『ありがとうございました』しか喋っていないこともある』と。店主はカフェはコミュニティ空間ではなくなったと言っています。

実際、若い人たちはスターバックスあるいは映える店に行こうとしますし、グループで訪れ、そこで写真を撮っておしまい。店の人と話そうとはしません」

対してカフェをやりたいという人の変化は高年齢化だ。山納さんは大阪市の男女共同参画施設で「カフェ開業チャレンジ講座」の講師もしているのだが、受講者の多くが40代以降になっているという。

「90年代後半に始まったカフェブームは若い女性たちが熱狂させましたが、その中心は20代の女性。ところが

今、カフェ講座に来る人は子どもが中学生あるいは大学生になって手が離れた主婦、そしてリタイアした女性。彼女たちはカフェが儲からないことは知っていて、それでも、場を作りたいとカフェ講座に通っています。

数字ではなく、場づくりを考えているのですが、中には介護や子育てで苦勞した人、大病を経験した人などが多く、自分がしんどかった分、他の人に何か助けになることがしたいと考えている様子。年齢層が高くなった分、不動産を所有している人なども増えています」

かつてのような自己実現の場としてのカフェではないため、シェアでよいという人も多く、山納さんはその中からレトロな喫茶店を継ぐ人が出てくれば面白いと思っている。

こうした年代ごとに異なるカフェに期待する機能の違いが、この後、どうなっていくのか。今の段階ではまったく分からないが、それがまちに存在する事業者の姿、承継などに影響するだろうことは間違いない。それがさらにまちに期待するもの、どんなまちを良しとするかに大きく影響するようになると考えると、気になるところだ。

さて、最後に談話室マチソフ。ここは山納さんを始めて25人(!)の店長がおり、月に2日、多い人で4日くらい店に立つ。前述の映画館もスタッフが日替わりだったことを考えると、これからの店舗経営ではシェアという考えはポイントになりそうである。



談話室マチソフの掲示。見た目は喫茶店だが、主目的はお茶を飲むよりも人と話すること、出会うことと読んだ

## カフェと銭湯、 両方を経営してみて感じていること

銭湯とカフェ、異なる業態の承継の話聞いてきたが、ここではカフェを開業、銭湯を承継した松本市の菊地徹さんをご紹介します。菊地さんは静岡県出身で茨城県の大学

に進学後、スターバックスでのアルバイトを通じて同社が掲げる「サードプレイス」という考え方に感銘を受けた。自らもそうした場を作りたい、そのために接客を学ぼうと松



本近くの温泉旅館に就職。その後、2013年に自分にとって住み続けたいまちとなった松本に個人事業として「ブックカフェ栞日」をオープン、2016年には後に承継することになる「菊の湯」の向かいに移転した。

100年ほど前に創業した菊の湯は、2020年9月末までは3代目の宮坂さんが営業を続けていた。松本駅からは徒歩10分と近いことから、地元のお客さんに加え、登山客なども来訪。2階には登山用ザックを置くロッカーなども設えられていた。盛業だったのである。

2020年5月、宮坂さんから菊地さん宛てにメールが送られてきた。相談したいことがあるというのだ。宮坂さんは以前に一度栞日を訪れており、その後、2018年に菊地さんが栞日のマンスリーレターのために宮坂さん取材するという縁があったが、関係はそれだけ。他の銭湯の承継は銭湯好きによることが多いのだが、菊地さんは銭湯好きですらない。

その菊地さんに宮坂さんは銭湯を閉じることにしたと伝え、建物を取り壊して更地にするのではなく、何か違う用途で使えないかと相談した。栞日がかつての電気店の看板、外装をそのままに使っていることから、何かアイディアをということだったのだろう。

だが、菊地さんの答えは宮坂さんを驚嘆させた。銭湯を承継しますというのだ。

菊の湯では宮坂さんが土地、建物を所有しており、水は湧水を利用、家族で運営しているので人件費はほぼかかっていない。日常の経費はガス代くらいでとりあえずの経営には問題ないものの、設備の修理や更新を考えると明るい未来は描けない。いつか損益分岐点を割る前に決断しようと思っただけの相談だったのだ。

だが、菊地さんは自分が求めているものの先に銭湯の未

来を思い描いていた。

「スターバックスの提唱したサードプレイスとは現代人にとって自分自身を取り戻す場。一人一人が日常からはぐれてしばしリフレッシュする場で一杯のコーヒーによってその場と時間が自分のものとなる。そこで自分を取り戻し、また日常に戻る。銭湯にも同じような、いや、それ以上の役割があるのかもしれないと思ったのです。地域のサードプレイスの一形態として銭湯がある。であればやってみようと思ったのです」

その後、きつくて儲からない仕事を継いでもらうわけにはいかないという宮坂さんを、収支計画書を作って説得。リノベーションをしてデザイン、場の雰囲気を変えて子育て世代の若い層を呼び込む、レンタルのタオルなどを用意して手ぶらで利用できるようにする、オリジナルグッズを作るその他あの手この手の案を提案、問答を繰り返した。それに宮坂さんが折れ、8月には菊地さんが銭湯を承継することが決まった。

その後は驚くほどスピーディーに進み、9月からは改修費用を賄うためクラウドファンディングがスタート。常連さんがいる場でもあり、休業は短期に、費用を抑えてやる必要があり、改修はわずか2週間で終わることになった。クラウドファンディングでは1カ月ほどで500万円余が集まり、新生菊の湯は2020年10月15日にリニューアルオープンした。

これだけ短期間で承継できたのには宮坂さんが50代と若く、判断力があり、菊の湯が営業している状況だったことに加え、菊地さんの見ている未来像を共有できたことが大きい。

銭湯に限ったことではないが、取材をしていると世代(\*)によって見ている未来が全く異なることがあることに気づかされる。たとえばかつて岩手県の石巻で漁業の取材をした時、親世代は未来のない漁業など継がず公務員になれ、と言ったと息子世代は苦笑していた。

既存のルールの中でこれまでと同じ市場を見て事業を続けるなら苦境は続くだろうが、市場は拡大しており、使えるツール、新しい技術は日々生まれている。息子世代はそこに光を見ている。だが、モノを見るには動物としての眼だけがあればよいが、未来や希望を見るためには情報や知識など眼以外のものが要だ。



カフェ栞日の店内で菊地さん。カフェ好きの間では有名な店で遠くからも来訪者がいる。一般書店では置かれていない雑誌などが置かれている

そして、一般論としていえば年齢が上がれば上がるほどそうした社会の変化に疎くなりやすくなる。それが世代ごとに見えているものの差を生んでいるのだろう。

銭湯のケースでいえば公共衛生の一翼を担うという本来の役

割は内風呂の普及ですでに失われている。それを存続させるためには銭湯がまちにある価値を再定義する必要がある。

「そこで菊の湯の場合はまちに開いていく銭湯、地域のコミュニティを編み直すハブと再定義しました。昨今の銭湯の再定義では若者に向けて目新しいカルチャースポットとして開き直す、地域に向けて改めてコミュニティハブとして開き直すという二手の方向性があるように思いますが、菊の湯は後者。これまでの常連さんたちを大事に、でも、せっかくサードプレイスとして再定義したので、これまでとは違う皆さんにも来ていただくという選択をしました」

これまで通っていた年長者と新しく足を運び始めた年代が縦に繋がり、浴槽に多世代が浸かり、その交流が地域に流れ出していく。それが菊地さんの再定義した菊の湯の未来だ。

その未来像があまりにも明確で思わず質問した。10年前に比べ、銭湯の存在意義を巡る言葉の輪郭が非常にはっきりしてきたように感じるが、背景には何があるのでしょうか。

菊地さんの答えは教育だった。菊地さんは今、40歳目



(左) あがなの森通りを挟んで向かい合うカフェ栞日と菊の湯。栞日は高橋ラジオ商会という看板のある店舗の外装を変えずに使っている(右) 菊の湯内部。フロントその他は改修で手を入れたが、浴室についてはそのまま



前だが、今の20代、30代は子どもの頃から学校教育の中で少子化、高齢化、地域コミュニティ存続の難しさなどを教えられて育ってきた。貨幣価値に換算できない価値があること、それが互助やコミュニティであることも繰り返し教えられてきた。

「無意識にせよ、意識的にせよ、コミュニティをどう形成し直すか、残すかについては比較的早い時期から考えてきている世代。事業計画をたてる時にも初期設定として地域コミュニティへの貢献という項目を重視しているのではないかと思います」

世代によって変わるものは多々あるが、教えられるものも変わっていたのだった。コミュニティという言葉が持つ意味は世代によって異なる。これからのまちの主役となる人たちは幼い頃からコミュニティとその意味に触れて来た人たち。銭湯を残したいという動きの背景にはそうした人たちがいるということなのかもしれない。

(\*) 必ずしも年齢ということではない。高齢の人でも見えている人はいるし、若くても見えていない人はいる。ただ、一般論として年代が上の人に見えない人が多いように感じるという程度のことで、説明を分かりやすくするためにこの言葉を使った。

## 2 回閉館した映画館を承継、 地元を再編集する場に

銭湯に再定義が必要だったようにシネマコンプレックスに顧客を奪われ続けてきた映画館も再定義、存在意義の明確化が必要だった施設のひとつだろうと思う。銭湯も映

画館もある程度の広さ、設備が必要である点も似ている。

取材にお邪魔したのは江戸時代に天領として栄えた大分県日田市。このまちにはかつて7軒の映画館があったそ

うだ。

だが、今、日田市にあるのは1991年に創業、2008年に2度目の閉館を経て2009年に現支配人の原茂樹さんが引き継ぎ、今も経営を続けている「日田シネマテーク・リベルテ」(以下リベルテ) だけ。2015年の国土交通白書(※)で映画館が成り立つ人口規模を8万7500人~17万5000人以上としていることを考えると、2025年7月現在で人口6万人を切る日田市に映画館があり、継続していること自体が奇跡と言ってもよいのかもしれない。

わずか8カ月ほどで2度目の閉館をしたリベルテを承継した原さんは音楽、映像などの作り手側の人だった。が、映画が自分を成長させてくれた、映写機を残したいという思いや地元を再編集することで今まで来なかった人が入るようになり、面白い人が集まる拠点ができれば人は集まるようになるのではと考え、引き受けることにしたという。

そのため、リベルテは映画館ではあるが、映画以外のものや人、情報が集まる場となっており、映画だけの場所ではない。最初のうちは映画館なのだから映画を上映していればよいと言われたそうだが、原さんは時間をかけて間口を広げてきた。初めて来た人は映画館らしくない空間にここはどこ? と思うかもしれない。

入ったところにはカフェがあり、陶器やカード、食品、ぬいぐるみや風呂の蓋(!)が売られており、壁には絵やTシャツが飾られ、珈琲も飲める。しかも、置かれているものはひとつずつ原さんが知っている人たちが作ったもの。創作の背景も、その人の思いも知った上で置かれている。時には作者が居合わせることもある。

館内では1カ月先まで細かくスケジュールされた映画はもちろん、珈琲教室、トークイベント、ライブ、展示会なども行われており、そのうちにはグラミー賞を3度受賞したファンタスティック・ネグリートのような世界的なスーパースターのライブも。

原さん自身の活動も多岐にわたる。地元、全国を問わず、各種媒体への寄稿に始まり、大学講師、地元美術館でのキュレーション、林業を支援する団体やブググリの広報担当その他。2021年にはエルメスの日本全国のミニシアターを横断して開催された一夜限りのイベントの企画を担当した。館内に描かれたサインや活動を聞いていると日本のみならず、世界からも人が集まっていること、人を惹きつける

場所があるのは東京だけではないことが分かる。

それでも原さんが映画を中心に据えているのは映画を見ることは他人の人生を見ることだと思っているから。

「映画を見なくなると自分しか見られなくなります。今の自分の世界の、見えている範囲でしかものを考えなくなると言ってもいい。それがまちの小さなビジネスを否定しているのではないかとも思うのです」

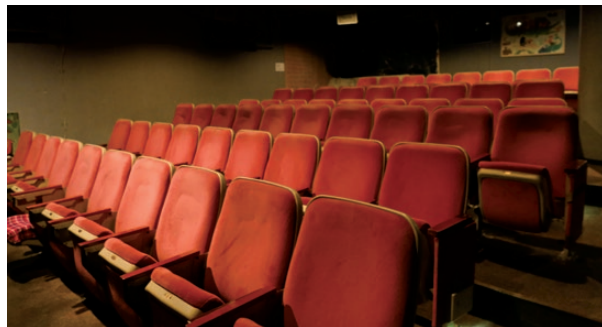
大学で教えている原さんは、親は子どもたちに好きなことをやりなさいと言っている一方で、「ちゃんと勉強しないと、良い学校に行かないと良い会社に入れない、〇〇さんみたいになっちゃうわよ」と口にするという。子どもは親の満足に敏感だから、親が望まないことはやろうとしない。結果、本当はやってみたいことでも避けるようになる。

地元で愛されてきた小さな店を応援せずに全国ブランドの店を誘致しようとするのも同じこと。それは行政や政治家が無名の存在には価値がないと言っているようなものだ。

それを原さんは「映画が足りていない」という。映画の中にある無数の他人の人生を見ていたら、そうした判断はしにくい。映画を通じて世界と繋がっていたらもっと広い視野で考えられるのではないかというのだ。

映画の力を理解しているからだろう、ブッキングには力を入れている。全63席のコンパクトな映画館であり、このサイズに合う映画がある。

「ジェットコースターのような映画は音響効果の良い大きな会場で見たほうがよいでしょうし、じんわり泣ける映画ならこのサイズが合う。世界を救う話ではなく、日常を考える、じんわり考えさせられる、そんな映画をセレクト。これを見たら、その次これが見たくなるんじゃないかと日田を流れる大河、三隈川のように流れを作りながらブッキングしています」



1スクリーン、全63席のコンパクトな映画館。ひじ掛けは小さなテーブルになっていて飲み物を置くことができる。カフェで頼んだコーヒーを飲みながら鑑賞することも



そのため、一般の映画館は公開日からできるだけ時間を置かず上映したが、リベルテでは封切日にはこだわらない。取材に訪れた日はちょうど承継から16周年の日だったが、16周年記念作品として上映されていたのは2016年公開、ジム・ジャームシュ監督の「バター・ソーン」。何か特別なことが起きるわけではないバス運転手の日常が描かれているのだが、その変わらない日常が愛おしいという、リベルテの存在に重なるような作品でもある。

16年といえば短くない時間だが、原さんはあつという間だったという。

「山を登ったらまた山があり、来月潰れるかとずっと思いながら生き延びてきました。スタッフに賃金を払い、必要な支払いをすると貯金が無くなっていき、ずっと年収4万円くらい。超低空飛行を続けてきましたが、それでもだんだん評価する人が増えてきました。すぐに結果を出そうとせず、続けてきたことがよかったのでしょうね」

この間で多くの地域から映画館が消えたことを思うと、編集者、キュレーターとして地元を再編集するという原さんの当初の方針が今に繋がってきたのだらうと思う。映画を



(上) 館内にあるカフェ。地元を中心にリベルテを応援する作家たちの作品、オリジナル商品などが所狭しと飾られている (下) 取材中にも訪れる学生に声をかけたり、顔を見に寄ったという人がいたり、地元では有名な原さん。長時間深い話を聞かせて頂いた



中心にした地元の文化のハブとしてのリベルテ。既存の映画館という言葉からはだいぶはみ出しており、大きな箱にはできないことがここにはある。

(\*) 国土交通白書 2015年  
<https://www.mlit.go.jp/hakusyo/mlit/h26/hakusho/h27/pdf/np101200.pdf>

## 奔走しても承継できず、 昭和の名洋食店がひっそり消えた

続いて業種を変え、飲食店の承継を取り上げよう。ここまで取り上げた銭湯や映画館は再定義、幅を広げるなどで承継を可能にしてきたが、飲食店にはその幅があまりないように思われる。味のように属人性が高いものもある。実際のところはどうかだろう。

最初にひとつ、承継できなかった洋食店を紹介しよう。その店、「キッチンチェック」(以下チェック)があったのは豊島区西池袋。映画館やゲームセンター、ボウリング場などが入った遊びの複合施設・ロサ会館の1階。1968年にオープンしており、2024年に閉店した時で創業56年。池袋が誇る洋食の名店として知られ、行列の絶えない店で

もあった。ロサ会館には現在建替え、再開発の計画があるが、チェックは開発後も残る予定で、再開発ビル内にはそのための場所も確保されており、図面も引かれていた。

ところが、去年1月。ロサ会館を経営するロサラウンド株式会社の代表取締役である伊部知顕さんは突然呼ばれ、5月の契約更新を前に突然、店を辞めたいと切り出された。「再開発後も続ける、後継者を育てるという話で来ていたのがいきなり辞めたいということでびっくり。愛されている店でもあり、売り上げも上々。すぐに4つの案を考えて承継に動き始めました。ランチの仕込み以降ずっと働いている彼らにはできそうにないからです」

伊部さんが考えたのは①若手を入れて育てること、②M & A、③レシピを保存すること、④ラーメン店でよくあるように顧客からやりたいという人を探すというやり方。だが、レシピはできても味は再現できないと言われ、③案は早々に消えた。①もすぐに無理と分かった。

「チェックの厨房は最小限にコンパクトで、そこに長く一緒に働いていた3人が入る。形、役割が決まってい、それを全く知らない若い人に教えるのは難しいし、彼らもやりたくない。クーラーが効かない厨房は暑くて労働環境として厳しい。そのスタイルのままではM & Aも無理。労働基準法を完全に無視した事業を承継するわけにはいかないでしょう」

5月に最終的な話し合いをした時には長年続けてきた経営者が「私たちはもうぼろぼろ。辞めさせてほしいのです」と言い出した。病院通いをしながら続けてきた彼らは80代前後。一番の若手ですら60歳ほどで、その年齢でコロナ前までは年中無休で働いてきた。

「コロナ禍に週1日休むことにしたのですが、そこで私が週休2日にしたらと言ったことがあります。そうしたら、2日休んだら、もう家から出られなくなると言われました。仕事が生活になっている状態なんだ、気づかなかったと自分の

池袋にあるこちらも老舗の遊びの複合施設・ロサ会館の経営にあたる伊部さん。ロサ会館を含む一画では再開発計画が進んでいる



言葉を反省しました」

結局閉店は2カ月延ばしてもらって7月になったが、彼らは常連を除き、誰にも言わずに店を閉めた。伊部さんはもっと早くから彼らとコミュニケーションを取り、後継者問題などに取り組むべきだったと反省している。

同時に今後、こうした廃業が相次ぐとも予測する。高度経済成長期に創業した事業者の多くは好況に追われ、足を固める余裕なくここまで来ており、そこに今、自身の高齢化、後継者不足、設備老朽化、家賃や材料の高騰とさまざまな試練が降りかかっている。順調な売り上げがあった店ですら続けられないのであれば、それ以外の店の存続はさらに難しいはずだ。

## 夫婦揃ってのハードワークを経て 予約1年待ちの名店を承継

同じ池袋に1年先まで予約が取れないという鰻の名店「かぶと」がある。この店が二代目となる藤森公将さんに承継されたのは10年前。先代はそれまでずっと夫婦2人で営業してきており、藤森さんが入ったことは常連さんたちには珍しい事態と思われたらしい。何度も「どうしたんだ、その若い衆は？」と聞かれたそうだ。

職人らしく、飾った言葉遣いをしない先代は「どこからか湧いて来た」とそっけなく答えたと藤森さん。それだけで藤森さんが師匠に真摯に向かい合い、学ぼうとする人であることが分かる。今どきであれば、その言葉だけで嫌になる

人がいても不思議ではないだろう。

鰻店は労働時間が長く、厨房は暑くて過酷。そこで先代は50代、60代で承継者を見つけてリタイアしようと考えていた。熱心に修行する藤森さんは見込まれ、何度も先代から店を継がないかと打診される。

最初のうちは断っていた。名店を継ぐプレッシャーに加え、自分の店を持ちたいという気持ちもあったからだ。だが、ある時、覚悟を決めた。

そこで化粧品関係の仕事をしていた妻に仕事を辞めてもらい、それから1年間、藤森さん夫妻は先代夫妻と一緒に

店に立った。先代の「夫婦でやらないでどうする」という言葉に従ったのだ。「夫婦ともに昭和の人間ですからね」と藤森さん。

修行の1年が終わり、それ以降先代はきっぱり何も口を出さなくなった。それはそれでやりやすくなったのだろうが、それまで4人でやっていた仕事を2人でやることになった。その忙しさがとんでもないことは誰でも分かる。「仕事が一段落して夜になっても山のような後片付けがあります。一休みさせてと座った妻がそのまま寝込んでしまうこともしばしば。そんな日々が続きました」

1年後まで予約が入っているため、肉体的に大変でもそうそう休んではられない。その後、ようやく人を雇うことができるようになったそうだが、労働時間は相変わらず長い。

しかも、修業というと伝統をそのまま引き継ぐと思ってしまいそうだが、藤森さんは「分かっている道を歩くだけではつまらない」と変革を考えている。「少しずつ、変えていく」という言葉からは肉体的にはつらい仕事なのに、それを楽しみ、面白がっていることが分かる。

だが、と藤森さん。

「今の人にそこまでの没頭を求めるのは難しいでしょうね」

食の世界はこれまでこうした修業を基本、是としてきており、それがあって私たちは家庭では作れないような美味を楽しめる。そうした店を大事にしたいと思う。だが、それが今後も今の形で続いていけるのか。修業への畏敬の念と同時に懸念も感じた。

## 不動産の立地と、承継を考える まちに欲しいと招聘されたフランス料理店

違う業種の飲食店にも聞いてみた。まずお一人目は2024年5月まで自由が丘で43年間フランス料理「プティマルシェ」を営んできた石島邦彦さん。43年前といえばフレンチレストランはホテルにあるもの。それを自由が丘の自社ビルに呼びたいと考えた人がいた。

「私もその時はホテル勤務で自由が丘はまだ何もない場所でした。が、地元の人がビルを建てる、そこにフレンチを入れたいと考えていると新宿の自宅に電話があり、これはチャンスだと急いで渋谷まで会いに行ったことを覚えています」

先方から望んで来てほしいという話でもあり、賃貸条件は非常に良かった。その頃の自由が丘の商圈は今ほどではなかったということもあろう。店はビルの2階で18坪、テーブルが16席、カウンター4席という店でそこに今では珍しい住み込みで夫婦で営業を始めた。

まだ野菜を使ったデザートのない時代で、そこで作ったかぼちゃのプリンが当たった。雑誌などの取材が相次ぎ、それが常連客獲得、生き残りに寄与した。ある種のレジェ

ンドになれたのだ。加えて自由が丘という場所だったことも大きい。

「都心の店が潰れたバブル後期も自由が丘では会社のお金ではなく、自前で来る人中心でしたし、周囲が住宅街で家族のお祝いの日に来る人が多数。最後の頃は二代、三代どころか、四代続けてきている人もおり、五代目、六代目はどこに行けばよいのと聞かれました」



43年間同じ場所でフランス料理店を営業してきた石島さん。現在は出張料理人をしたり、あちこちを食べ歩いたりと悠々自適



プティ マルシェ以降自由が丘にはフレンチの出店もあったが、たいていは10年ほどで入れ替わっており、自由が丘で43年続いた店は希少。代々住み続けている、しかもある程度以上に裕福な人たちがいる住宅街が後背地としてあったことがそれを支えた。店舗の承継には顧客の承継もセットなのである。

店を閉じる決断をした直接の理由はここ何年かマダムの体調が悪かったこと。だが、それ以外にも食材の高騰、人手の問題もあった。

「イタリアンなら極端な話、開店10分前にお湯が沸いていたらなんとかなりますが、フレンチで昼、夜出そうとすると1日8時間労働では無理。ウチはキッチン3人、フロア2人で回していましたが、今、ワンオペの店も増えているのはそのためでしょう。スタッフは8時間労働だけど、シェフは働けるだけ働くという店もあるようです」

しかも、これは日本だけではない。かつてヨーロッパの三つ星レストランは黙っていても働きたいという人が集まり、

彼らは長時間労働にも文句を言わなかったが今はそれができない。そのため、三つ星でも閉めるところが出てきているという。

閉店準備を進めているところに建物所有者が店が無くなることを惜しみ、半年ほど前に空いた1階で誰か居抜きで店をやらないかという話が出た。石島さんと20年ほど働いていた人に白羽の矢が立ち、最終的にはその人が階下に店を開くことになった。椅子やテーブル、食器、調理器具その他を階下に運び、働いていたアルバイトスタッフのうち4人はそこで働くことに。同じ場ではないが、地元の人々にとっては懐かしい場所が続くことになった。

「私の場合は大家に恵まれました。フレンチは日本では歴史が浅く、承継されるケースは非常に珍しい。自由が丘は近年家賃が大幅にアップ、場所によっては都心のほうが安いほど。店が出て行ってもすぐ次が入ると強気な家主が多く、個人店はどんどん無くなっています」

## 場が続いてもシェフが、 味が変わったらそれは承継ではない

銀座に店を構えるフランス料理店「SALLE À MANGER」の脇坂尚さんもかつて虎ノ門に構えていた店を弟子に承継できたのは大家に恵まれたからだという。虎ノ門界隈は今、再開発で変動の激しい場所だが、脇坂さんが借りていたビル周辺だけは昔の風情が残っている。

契約時には仲介会社が入ったものの、オーナーは管理会社を入れておらず、入居以降はオーナーとの直接やりとり。そこで、長く働いていたスタッフが脇坂さんが移転した後の店を借りたいということになった時、募集の手間が無くなり、不動産会社に払う仲介手数料が要らないならオーナーにとっても良いこととすぐにOKが出た。

「私が預けていた敷金を返してもらい、新たに入る人が新しい敷金を入れ、名義などを変更。それだけでした」

ただ、店舗は場として承継されたものの、フランス料理

の場合、店はシェフの味で成り立っており、シェフが変わった時点でそれは違う店だと脇坂さん。味は承継できないからだ。



リヨン地方の伝統的な料理で知られるレストランサラムンジェで脇坂さん。リヨンのブション（ビストロ）を思わせる内装

「日本でも老舗のレトロな喫茶店は店が資産で店自体が集客してくれる。パリ中心部でもっとも古いレストラン『Au Pied de Cochon』も、佇まい、存在が価値となっており、味で選ばれているわけではない。ヨーロッパやパリで長く続いている店はシェフの名を冠した店ではありません。

逆に神戸にも店を出し、料理界のダ・ヴィンチとまで言われたアラン・シャペルは本人が亡くなった後、しばらくは営業していましたが、今はすでに閉店しています。個人を全面に出しているレストランは容易に承継できるものでは

ないと思います」

場としての店は承継できても、シェフ、味が変わればそれは承継ではないというのだ。しかし、ここで疑問が湧く。ここまで取材、ご紹介してきた銭湯や映画館、喫茶店の承継では形は承継されているが、場の役割、定義その他は大きく変わり、それが承継を可能にした。一方で味が変われば、シェフやその場にいる顔ぶれが変われば、それは違う場という考え方もある。何を大事にしたいかによって承継の意味も異なるということなのだろう。

## まぐろを売りにした食堂を立飲み酒場に。 まちの頼れる相談役が承継、発展を下支え

豊島区南長崎に「厳選こだわりまぐろ」を売りにした立飲み酒場「おぐろのまぐろ」がある。元々は70年以上続く築地の仲卸・小黑食品代表の小黑宏さんの母がやっていた惣菜店兼食堂で、2018年に業態を変えてリニューアルオープンした。承継したのは小黑さんの高校の後輩で、地元でゲストハウスなどを運営する株式会社ユウトの長田昌之さんだ。

「南長崎は祖父母の自宅兼アパートがあった場所で、15年ほど前に当時築60年以上だったそのアパートをゲストハウスにリノベしたことから地域に縁が生まれ、まちのイベント、町会の仕事なども引き受けるようになっていました。そこに小黑さんのお母さんが引退、店を閉めるという話があり、それを惜しんだ地元の人たちは勝手に『長田さんならなんとかしてくれるんじゃないか』と小黑さんに話をした。そこで小黑さんから私に承継してもらえないかと話がきました」

飲食店経験は大学生時代に居酒屋でアルバイトしていた程度でほぼゼロ。だが、頼られたからにはと引き受けることにし、友人の飲食店プロデューサーを通じて店長候補、料理長候補などを集め、新たなコンセプトで店づくりを始めた。そこで最初にやったのは何が一番大事なのかをよく考えて譲り受けるもの、譲り受けないものをしっかり分け

るということ。

長田さんは本業でゲストハウス・シェアハウスなどの企画・設計、マーケティング、地域プロデュースなどの他に小規模M&Aのアドバイザーなどもしており、承継時に起きる衝突をよく知っている。

「長年やってきた人には思い入れがあり、この看板は壊さないで、これは変えないでと思いがち。でも、新たに店をやりたい人は全部を先人がやってきたままでやりたいのではない。そこで間に入る行司が必要。譲り受ける側、譲渡する側がお互いを見合っていると話がまとまらないので、



おぐろのまぐろ店頭で長田さん。周辺には飲食店が立ち並び、活気がある。近くにはもう1店、惣菜を中心にした店も出している

一緒の目線でユーザーを見て、残すものを明確にし、双方が歩み寄る。それが成功に繋がります」

おぐろのまぐろの場合、「まぐろ」と「近所の人が集まる場」であることが大事と合意した。であれば、それをベースにあとは譲り受ける側がやりやすいようにしていけばよい。

その結果、食堂だった店は気軽に入れて、友達ができやすい立飲み酒場スタイル、20代後半から40代のサラリーマンを中心にゼロ次会利用してもらえる店に変わった。名物は升盛り本まぐろ。映えることで店のPRを狙った商品だが、それがまぐろという点にこの店が何を大切にしてい

るかが見える。

開業後、しばらくは多少の衝突はあったようだが、事前の同意からそれが大きな齟齬に



升盛り本マグロ。絵になる看板商品をとこの考え方はまさに今どきのセンス。時代に応じて売り物を考えるという考え方も必要なのだ

発展することではなく、「おぐろのまぐろ」はあっという間に人気店に。今では近隣、池袋に3店を展開するまでになっており、長田さんが意図した通り、客同士の交流も盛んだという。

さらに承継後1年経った2019年には長田さんから最初に店長を務めた志村さんの会社、株式会社TUNAに経営が譲渡されている。

「やりたいことは店を持ち続けることではなく、人の成長を促進させること。そこで志村さんが起業できるように支援し、彼に店の経営を譲りました。彼は地元の豊島区生まれでも、地元で暮らしているわけでもありませんが、今、店のある池袋エリアで商店会の理事をやっています。知っている人がたくさんいる、飲食店、ホテルが魅力的なまちはいまちだと思って事業をしています、それを理解、行動してくれているのがうれしいですね」

承継と言う言葉にはどこか保存というニュアンスを感じるが、この事例は芯を残した上で進化、さらにそこに新しい要素が加えられている。承継を起業の機会に転化したものでもあり、こうした形の承継が増えればまちも面白くなりそうである。

## 商店街の名物パン屋を素人が承継、 シェアで継続を模索中

長屋、路地の残るまち、墨田区京島のキラキラ橘商店街に「ハト屋」というコッペパン屋がある。創業は大正元年。なんとも味のある看板が名物で、2017年に店主が亡くなり、営業を止めた後も地元の人たちは去就を気にした。近隣では古い店、長屋がどんどん建て替えられ、新しい建売住宅に変わっているからだ。

そのハト屋が売りに出たのは2019年末。昭和3(1928)年築ですでにぼろぼろだった建物は価値無しとして不動産広告的には借地権上の古家付土地となっており、住戸内には残置物も大量にあった。それでも商店街のど真

ん中でもあり、ほぼ購入を決めた人もいた。建替えて4階建てを建てるらしいと噂が出た。建売業者が買うかもという話もあった。

それに待った！をかけたのは20年ほど前から京島に住む、本業では都市計画や密集市街地の整備に携わる紙田和代さんだ。

墨田区を訪れたのも密集市街地の整備がきっかけ。建替促進、道路拡幅、公園整備などは災害時にまちの安全を担保するために行われる事業だが、紙田さんはそれがそのまらしさを消していくことに疑問を抱いてもいた。そ



のまちらしさを残しつつ、ソフト、ハード面からまちを安全にできないか、どうしたら災害時だけでなく平時も助け合う情緒も含めたまちづくりができるか。移り住んでできることを考えよう。地元の人たちと仲良くなっていたこと、長屋好きだったこともあって暮らし続けてきており、ハト屋はもちろん知っていた。

「店の経営は大変ですが、店が無くなり、建売住宅ばかりになると商店街の衰退に拍車がかかる。一方、空き店舗を購入、リノベーションすることで商店街に人が戻り、地域が再生されるかもしれません。これまでもこの地域のまちづくりに尽力してきた後藤大輝さんと組んで地域の空き店舗を購入、リノベーションして貸すという投資をしてきたので、ハト屋もそうした形で再生できるのではないかと考えました。それに個人的にもあの看板を残したいと強く思いました」

そこで紙田さんは自己資金を投資、ハト屋を購入した。購入後、空き店舗にしておいては意味がないので、まずは4カ月ほどをかけて残置物を撤去、店を改装した。建物はかなり傷んでおり、雨漏りがあるなど非常に悪い状態だった



店頭で紙田さん（右）と後藤さん。建物、看板ともに手は入っているが、味わいを残したやり方で古いままのように見える

商品ラインアップ。惣菜パンが多少高いくらいで、都心の高級なパン屋に比べればいずれも安価。だが、この地域には高めではないかと紙田さんは気にしている

たそうだ。

建物の改修と並行してパン作りを学んだ。本当は誰かにやってもらいたいところだったが、任せられる引き受け手がいな

かった。半年ほど休業してとりあえずは2020年11月から自分で店を始めた。当初は大きさ、形もバラバラで味についてもこれじゃない、そうじゃない周囲からいろいろな言われたそうだが、やり始めて半年ほどで今の味に落ち着いた。

自分でやりながら同時に誰か、ここでパン屋をやらないかと声をかけ続けた。幸い、兼業でやりたいという若い人がおり、2024年春まではその人が営業をしていた。紙田さんは大家さんに徹し、場所、設備を貸し、売り上げから一定の家賃を貰うことにした。

「下町の、高級店でないパン屋は儲かりません。以前は120円と150円でしたが、今はプレーンが170円で、そこに具が入るとその分、高くなりますが、具は商店街から買ってきたほぼそのままの額なので、利益はプレーンのパンの分だけ。全体として2割以上値上げはしていますが、光熱費、材料費も上がっています。ハト屋は再生後しばしばテレビなどのメディアに取り上げられており、知名度が上がって多くの方が買いに来てくださっていますが、ここの売り上げで妻子を養うのは難しく、アルバイト程度というところです」

それがハト屋に後継者がいなかった理由だろう。紙田さんは以前、ハト屋のおばあちゃん、息子さんにハト屋を継いでも良いですかという話をしたことがある。だが、残してほしいという言葉はなかった。儲かっている店ではなく、営業している本人たちにはごく当たり前の自分たちの生業であり、何か特別なものという感覚はなかったのだろう。

収益が上がらないなら値上げすれば良いと思うかもしれないが、紙田さんは高齢者の多いこのエリアでは総菜パン350円でも申し訳ないと感じている。ハト屋は朝6時半に開店、高齢者が一人でモーニングを楽しんでいるような店。都心の高額店とは違うというのだ。



その後、副業としてやってくれていた男性に第2子が生まれ、育児に手が取られるようになったということで新たな担い手の女性と共同経営することになり、ハト屋はとりあえず継続している。

ただ、紙田さんは将来的には賃料10万円でパン屋、できれば難しいことは承知の上でコッペパン屋として使ってくれる人に貸したいと考えている。

「他でパン屋をやっている店の支店のような形だとコッペパンだけにはならない。パン屋以外でも困る。コッペパン限定でお店をやってくれる人はなかなかいません。きちんと修業してきた人は自分の店をやりたいと思うからです」

これまで紙田さんの会社が買い取り、後藤さんが再生してきた店舗は10軒ほどに及ぶが、それらは今どきの店として再生されており、投資に対してある程度資金回収ができている。それに対して以前とまったく同じ形で再生された店舗はハト屋が初めて。そしてハト屋は現状、なんとかやってはいるものの、誰かがリスクを負って経営するような状

況にはまだまだ辿り着けてはいない。コッペパンという庶民的な価格の商品で勝負しようとすると金銭的な無理が生じてしまうからだ。

お二人にとっては悩ましい状況だろうと思うが、外から見ているとこれが商店街の昔ながらの商品を扱う店舗の経営、承継の難しさの縮図のように見える。

ただ、ハト屋をやったことで副業、シェアの可能性がこれまで以上に見えてきたことも確か。紙田さん、後藤さんはいずれ閉店するかもしれない地元の飲食店をこの手で再生できないかと考えている。

このエリアの飲食店の閉店理由の多くは高齢化と設備の老朽化に後継者の不在。そんな店を買い取って改修、複数人の料理ができる人、好きな人などでシェアして営業する手がないかというのだ。副業、シェアといった近年急速に広まって来た考え方が小規模店舗、商店街を救うかもしれないのである。

## 伝統と革新の両輪がないと 承継しても続かない

もう一人、10年前に取材した文京区本郷の魚屋「魚よし」の三代目で、2010年に立ち上げ、今は認定NPO法人となった街ing本郷の代表理事、長谷川大さんにも再度話を聞いた。

街ing本郷は地域にある5つの商店街や町会その他縦割りの組織に、地元にも多数いる学生や社会貢献に関心のある社会人を混ぜ合わせて横に繋ぐ団体で、設立当初から将来の高齢化を意識していた。たとえば今はできている町会などの地域活動もいずれはできなくなる、その時に町会内以外の横の繋がりがあれば助け合え考えたのだ。

「NPOを始めたのは魚屋を継いで父と一緒に仕事を始めた頃。当時は仕事のやり方を巡って父と意見が合わず、いろいろ揉めましたが、ある時、安定的な商売ができている

強みを感じ、だったらその安定をベースに一方で革新的なことをしようとNPOを始めました。

その背景には同じことを続けるだけではダメだという考えがあります。承継というと店を継ぐことと思われるでしょうが、実際には顧客も承継しないと店は続かない。顧客を承継するためには地域に関わることも必要。伝統と革新の両輪があって商売は続くのです」

長谷川さんは例として500年続くという和菓子の虎屋を挙げた。美味しいものを作り続けるというポリシー、伝統は変えず、でも海外に出店する、新しい売り方にチャレンジするなど常に革新を続けている。伝統と革新の両輪があるからそれだけ長く続いているのだと。

長谷川さんの家業である魚よしもずっと鮮魚を扱ってい



るものの、売り方は変わってきている。初代が魚よしを始めた頃の本郷は旅館街で、魚よしのお得意さんは旅館。それが1982年のホテルニュージャパンの火災後、旅館業法・消防法が厳しくなったことなどを受けて多くの旅館が廃業。そこで魚よしは小売を始めた。

その後、スーパーマーケットの勃興で小売りが厳しくなってくると保育園に卸すようになり、現在は飲食店や企業食堂にも卸している。それに合わせて営業は午後からにした。朝から魚屋に来る客はいないからだ。

「まずは親の言うことをやってみて、それを少しずつ変えてきました。最初は一気に全部ひっくり返そうとしましたが、それまでの顧客も大事にしないといけない。でも、振り返るとこれまでも変わって来だし、これからも変わる。変わっていいし、変わらない店は潰れます」

親に怒られながらNPOを始め、続けてきたことで地元商店街ではほとんど空き店舗がない状況が保たれている。他商店街では外部コンサルタントを雇わなくてはできない事業を自前でこなし、各種助成事業を取って来られる力があることが地域を支えているのである。

「承継できずに閉店した店はなく、跡を継いでいる店、若い人が入ってきた店が増加、古い店10に対して新しい店12〜13といったところ。まちも賑やかになってきています」

2010年という時点でNPOを始めていたことがポイントだった。当時、魚よしには父母と長谷川さんの3人がいたし、他の店では店員がいたところも。今より儲かっており、労働力があつたから商店街の会合も昼間に行われ、全体を考えて動くこともできた。

だが、今では店主ひとりで切り盛りしている店が多く、課題があることが分かっているけど動けない。商店街だけでなく、個店も同じ。危機が迫っていても手を打つヒマ、力がない。早い時期に全体のために動ける組織を作っておいたことが今になって功を奏しているのだ。



地元の他店主とNPOを始め、さまざまな事業を実践してきた長谷川さん。地域の空き家問題などにも新たな手を打とうとしている



魚よしのある菊坂周辺には肉屋、寿司屋、喫茶店、床屋その他の個人店が残り、営業を続けている。100年以上続いている店舗も少なくない

長谷川さんはコロナ禍にもうひとつ、承継のための手を打った。それが店舗の建替えだ。

「以前の建物は昭和25年築。背後に木造アパートもあり、どちらもリノベを繰り返しながら使っていましたが、父が施設に入り、子どもが就職、学費が不要になったタイミングでビルに。周囲からはなぜこの時期にと言われましたが、建築費高騰前の良いタイミングでした」

こうしておけば子どもが魚屋を継がなくても事業としては継続できる。ビル内に6戸の賃貸住宅があり、それを貸すことで一定の収入が得られているからだ。

「この間の変化を考えると家賃を払って店舗を借りていたら100%できていなかったと思います。不動産を所有していること、家賃が不要なこと、不動産が稼いでくれることには本当に大きな意味があります」

新しい店舗では加工販売のための調理スペースと設備を整えた。ここは今後の変化を意識して作った。もし、子どもが魚屋を継がないとしても、今、安定的に稼いでくれている保育園との取引をゼロにはしたくない。そこで、既存のビジネスとこの場をセットに他者に継がせることを考えているのだ。

「仕入れ、保育園への配達も午前中。だったら、夕方から営業する和食店の調理場として午前中の仕事とセットでここを貸す手もあると考えています。今もそうですが、午前中に魚屋が開いている必要はありません。このやり方なら肉屋が焼き肉屋と組むなどの手もあり、さまざまな業種をまちから無くさずに済みます」

まちには保育園や小中高などの学校、福祉施設の給食、調理実習など食材を必要とする場が意外にあり、少量多



品種への即応が求められるため、大手には頼みにくい。それを商店街を受け皿にすることで各店舗に仕事を作るということも考えている。こうした商店街のこれからを考える人

がいるかどうかで、商店街、個店の趨勢も変わってくるのかもしれない。

## 取材を終えて

以上承継に成功した事例を中心にさまざまな人の話をまとめた。話だけを伺った事例もあり、承継には個人の事情、考えが色濃く反映。周辺の人々の思惑、タイミングなども含めて考えると、こうすればうまく行くという万能なレシピを見出すのは難しいように感じた。

特に昭和に創業、組織、資金などを固める余裕がないまま、社会の変化にそぐわなくなってしまった働き方で続けてきたケースでは同じやり方で事業を続けるのは難しい。場合によっては惜しいと思いつつも見送るしかないのかもしれない。

その一方で承継に成功した事例にはいくつかヒントがある。ひとつは銭湯、喫茶店、映画館、商店街などの事例で出てきたサードプレイス、文化のハブ、横の繋がりなどという言葉だ。単に事業そのものだけで考えるのではなく、まちの中での存在意義を考える、再定義することで事業を残していくという手があるのではないかということだ。

この点では周囲の人たちがその事業が地域で愛されていること、大事に思われていることを事業主に伝えることも大事なのではないかと思う。何度か、「単に生業としてやってきただけで、そんな大層なものではない」というような言葉を聞いたのだが、その言葉は「だからウチなんかいつ辞めても」と続く。いや、そうではない、あなたの店がまちには必要なのだと言う人たちがいれば、黙って退場ということにはならなかったかもしれない。

相談できる人、必要な情報が手に入るようになっていることも重要。事例でいくつか紹介したように業界やまちに「なんとかしてくれる」存在があれば事態は変わってくるはず

なのだ。

といっても、現状は商店街も町会も高齢化で動けない団体になりつつある。まちづくりでは新しい事業者の誘致など既存を変えることに意識がいきがちだが、既存のまちの小規模、個人事業者を支えることも視野に入れるべきではなかろうか。そうした観点での商店街、町会などの再考もあり得るかもしれない。

意外だったのはシェアして運営という話を多く聞いたこと。ビジネスとして資金面などに弱みがある事業などでは検討に値する考え方だろう。

予想はしていたが、不動産が承継に大きな影響を与えていることもよく分かった。特に都心部のように不動産価格、賃料が高騰している地域ではその変動が事業の生殺与奪の権を握る。不動産オーナーにとって最高値で貸すことは正義であり、商店主が自分で経営するよりテナント業に転じて収益を上げるほうが容易と考えるのも当然だろう。

だが、常に最高値を出すテナントに貸し続けることはまちの均質化に繋がり、長い目で見るとまちが個性を失っていくことになる。短期的には正義の行いが長期的にはマイナスというわけだ。そこをどう考えるか。

承継できなかった洋食店の事例で話を聞いた伊部知顕さんはビルオーナーでもあり、自社ビルを含めた地域の再開発にも主導的な立場で関わっているのだが、伊部さんによると「近年、ビルオーナーも高齢化。自分の代でなんとかしたいからか、投資を短期で回収したがる人が増えている」という。本来はビルオーナーなど建物の所有者が地域の将来を考えてテナントを選ぶべきだが、それを不動産会社に

丸投げ、テナントとは対話もしないという。

一方で大型テナントビルでは一定額の賃料＋売り上げに応じた歩合が一般的で、テナントが頑張ることがビルの利益に繋がる。だからビル側はテナント側と会話し、応援する。伊部さんも最近のテナントとはこの形式で契約しており、事例で取り上げた立飲み居酒屋おぐろのまぐろは以前に入っていた牛井チェーンよりも大きな売り上げを上げているという。

同じ不動産でも住宅ではこの間でオーナーがまちを意識、

勉強するケースが増えてきている。ビルオーナーにもそうした意識を持っていただくことも大事かもしれない。

個人的には以降、レトロという言葉の使い方に気をつけようと思った。評価しているような印象のある言葉だが、この言葉は懐かしいと言っているだけで評価はしていない。美味しいでも、素晴らしいでもないのに、レトロならよしと思ってしまう、思わせてしまうのは事業としてはまずいのではないかと。よく使われる言葉だが、これを評価軸にしてはいけないのではないかなと思う。



東京R不動産「みんなデベ」仕掛け人が考える  
“地域の未来のつくり方”

# みんなが デベロッパーに なる時代

株式会社スピーク共同代表／「東京R不動産」ディレクター

林 厚見

Atsumi Hayashi

●はやし あつみ／1971年東京生まれ。東京大学工学部建築学科(建築意匠専攻)、コロンビア大学不動産開発科修了。マッキンゼー・アンド・カンパニー、株式会社スペースデザイン(不動産ディベロッパー／Kenedix社に統合)取締役を経て2004年に当社を共同設立。建築・デザイン、事業企画推進・ファイナンスなどのバックグラウンドを統合し、プロジェクトや新規事業のプロデュースを行う。





## 身体性と個の喪失

昔からあった横丁が再開発で消え、清潔で安全だがどこにでもありそうなビルに取って代わられる。そこにかつて何があったのかも思い出せなくなる……よく聞かれる話だ。ではそれは“多様性の喪失”なのか？“均質化”なのか？商店街や横丁も、それこそこの街にもあって、どれも似ていたのではないかとヨーロッパの歴史的都市の建物や風景だって、どこも似ているのではないかと……そんなふうにも言えるだろう。

ではそうしたいわゆる“つまらない開発”に投げかけられる疑問、あるいは問題とは何なのか。再開発事業で往々にして起こる経済的な失敗の話は置いておくとして、街の官能性に絡めて言うならば、スケールや環境の人工性に起因する身体性の問題は確かにある。大きな開発には利点や魅力もある一方で、人間はそれらに囲まれることで心地

よさを感じにくくなるようにもできている。そして大きな開発は「個人の匿名化」を進め、街から個人の個性や意思の表出を消していき、それが街から何かを奪っていくのだ。

街の風景はいつだって経済ロジックと無縁ではなかった。商売が繁盛する場所に店ができ、より繁盛すべく看板や椅子を道路にはみ出させる。繁盛しなければ消えていく。人は自分の財布と相談しながら魅力ある場所を選んで家を構える。だが時代とともに街の姿を規定する経済ロジックの形は変わる。金融システムの進化によって、大きな資本の合理性が街の風景を規定するようになっていった。大きな解決は都市の密度を上げ、時にエキサイティングで新しいシーンをつくり出すが、必然的に細部が雑になったりするし、個性や思い入れよりも効率と汎用性を歓迎する結果として世界をつまらなくもするものだ。

## 時代の流れの中で

近現代の社会システムの進化は、あらゆる分野で商品やサービスをより大きく・より早く提供していくことを求めてきた。“その人だからできるもの”よりも“誰がやってもできるもの”へ向かうことの合理性を正義として、我々を“豊か”にしてきた。現代都市と市場世界の中に生きる我々を取り囲む全てはフォーマット化が進み、短期的欲求を解決する利便価値を優先し、質的譲歩によるコストダウンによって変容していく。交通が発展し、仕事のあり方が変化し、情報流通が進化して、人は働く場所や住む場所を自らつくるよりも「選ぶ」ようになった。我々は物事の役割を分けていくことにより多くの自由を得ることができた。そうした中で場所と人の関係が希薄化することも、僕らを“面

倒”から解放した。

不動産の世界でもそれは20世紀を通じてずっと進んできた。そして90年代終わり頃から不動産の証券化、ファンドビジネスが日本でも勃興し、それは加速していった。大量生産型のディベロッパービジネスはさらに大きな力を持ち、個人の地主や企業が持っていた多くのビルやマンションの多くが投資ファンドに売られていったことで、土地や建物をプロが所有しマネジメントする世界が広がった。それは不動産という資産の生産性と流動性を上げて大いなる経済価値を生み出したが、同時に「主体性」を個人から引き離していった。

## 隙き間を開発すること

僕らは成長と開発の時代が終わりかける転換期に青春を過ごして、そんな街の姿の“合理的”な変容に自然に違和感を持ち、必然的に「隙き間」に着目するようになった。

残された小さな空間や時間の蓄積を感じる場所は僕らをワクワクさせた。それはきっと“消えていくもの”だったからでもあったはずだし、その意味では“ある時代”の特有の

感覚だったのかもしれない。だが少なくとも、新しい大きなものをつくることに未来を感じることはあまりなかった。そして、誰かが思いを持ってつくった魅惑的な建物や空間を、東京R不動産という装置によって誰かにつなぐことによって残していくことを考えた。同時に僕らはリノベーションに夢中になった。リノベーションにはそれなりの経済合理性があったから、一定規模の市場に育っていった。リノベーションの考え方は人口減少の時代状況にもフィットし、やがてまちづくりの領域に浸透した。いわゆる「エリアリノベーション」が提唱され、各地に広がった。それは地域

の個人（たち）が主体となって、既にあるものを活かした事業を小さく始め、それらを連鎖させることで街を変えていく方法であった。大きな計画で動かさずにいる「隙き間」に、個人の意思が血の通った場所や商い、そして物語を生み出していく。だがそこに大きな資本が迫る時、リノベーションというボトムアップの方法論はしばしば壁にもぶちあたることになる。そうして僕らは、大きな計画・大きな資本の世界と、グラスルーツの世界の“間”に何ができるのかを考えるようになっていった。

## “ディベロッパー”の終わりと始まり

戦後の人口増加の時代は「建てるのがSDGs」だった。とにかく住宅をたくさん供給しなければならない、そのためには効率が必要だ。資本を集約し、大きな計画をこなさねばならない。それを担う民間企業が成長していくことが社会を救う。そういう時代だった。ハウスメーカー、マンション会社、アパート会社……それらをまとめてディベロッパーと言うならば、ディベロッパー業界は大いに成長し、市場と金融の進化とともに大きなシステムと化して、街をどんどん再編集していった。気づけば時代の潮目が変わり、その弊害や寂しさに気づいても、システムは簡単には変わ

らない。それは今なお多くの人に“求められるもの”であり、資本の論理としても政治や行政の力学からしても合理的なものであるから、まだしばらく続いていくだろう。僕らは自分たちが創りたい世界に近づくべく試行錯誤してきたけれど、残念ながら主流にはなっていない。だがこのままのあり方が続くことは未来をよくするとは思えない。何かに代替されるべきなのは確かだ。ともかくそんな中、ずっと感じていたのは「ディベロッパーは意味的には終わった」ということである。

## 「みんデベ」の世界へ

僕らの興味と使命感も、時間とともに自然に変わってきた。ここからのテーマは、一言で言えば“主体性”の復権である。ある意味抽象化された主体としての企業・資本から、地域・まち・個人への、主体性・主導権の移動である。場所に固有の資源を背景に持つ地域の「個人（たち）」の意思」が空間や街に反映されることは、豊かでおもしろいことであり、それが街に個性と魅力を生み出し、資産価値をも守っていくのだと考えるようになった。“誰でも・どこでもできる”ことの合理性を、“誰かの意思”の力が超えていける時代が来るのではないかと思うようになった。誰でも、プロでなくとも、実は自分たちの街を“開発”していけるし、



【図1】「みんデベ」サイト

<https://www.realtokyoestate.co.jp/mindev/>

より大きなインパクトを生み出すことができるのではないかと。

そうしたあり方、価値観そして方法論を、僕は「みんながディベロッパーとなる世界」、略して「みんなデベ」と言うことにした。「みんなデベ」の本質は、その場所に生きる人がイニシアチブを持つことだ。ここで大事なことは「みんなで」ではなく「みんなが」である。その具体的な方法論の開発と実践はまだ夜明けの段階であるが、まずはそれを加速させるムーブメントをつくるべく僕は「みんなデベ」というメディアを始めている。副題は「今日からみんな、ディベロッパー」。地域で意思を持つ人や事業者が、“小さなまち

づくり”を超えて、街を変えていくディベロプメント（開発・再生）を展開していくための知恵袋や、知恵と人のマッチングの場のようなものを目指している。

なおここにはちょっとした言語矛盾が生じる。ディベロッパーは日本では成長志向の大資本を想起させる“業態”や“業界”を指す言葉とされており、“素人”“たちによる街の開発”はディベロッパーの行為の隙き間にこそ舞台があったともいえるからだ。だが「みんなデベ」とは、これまでのディベロッパーを徐々に代替（リプレイス）し、ディベロッパーを再定義していくのだという心意気を含んだ概念である。

## 準備は進んできた

これまでもずっと、人間的で官能的な街や場所をつくる実践や、乾いていく都市・街をより心地よいものにつつ、場所の記憶やアイデンティティを継承するためのチャレンジはたくさん行われてきた。民主導の市街地再生や地区計画、地場の民間企業がリードする地域再生や公共空間開発、エリアリノベーションと家守会社、固有の物語を描く地主や大家たち、地方地域に新たな価値観で火を灯す若者たち……。そしてそのためのルールもさまざまな形でつくられてきた。その多くは主流の流れを変えることはできなかったかもしれないけれど、少なくとも僕は多くのヒント

をもらってきた。

大きな計画から小さなまちづくりの時代に入り、行政もそこに期待を持つようになった。公共に関わる世界でも“稼ぐ意識”と“パブリックマインド”の共存が進んできた。新しい時代の価値観の萌芽はすでに大いに進んでおり、知恵や道具も環境も、少しずつ着実に前進している。そしてここへきて建築費も物価も上がり、多くの再開発や大規模プロジェクトが成立しなくなる時代がやってきた。ここから「みんなデベ」的な知恵と力、あるいは精神が実を結んでいく時代に入っていくだろう。

【図2】「みんなデベ」のポジショニング



“ボトムアップ”と“大きなシステムの”  
いいとこどりによる長期全体最適を目指す





## 必要なのは中間解

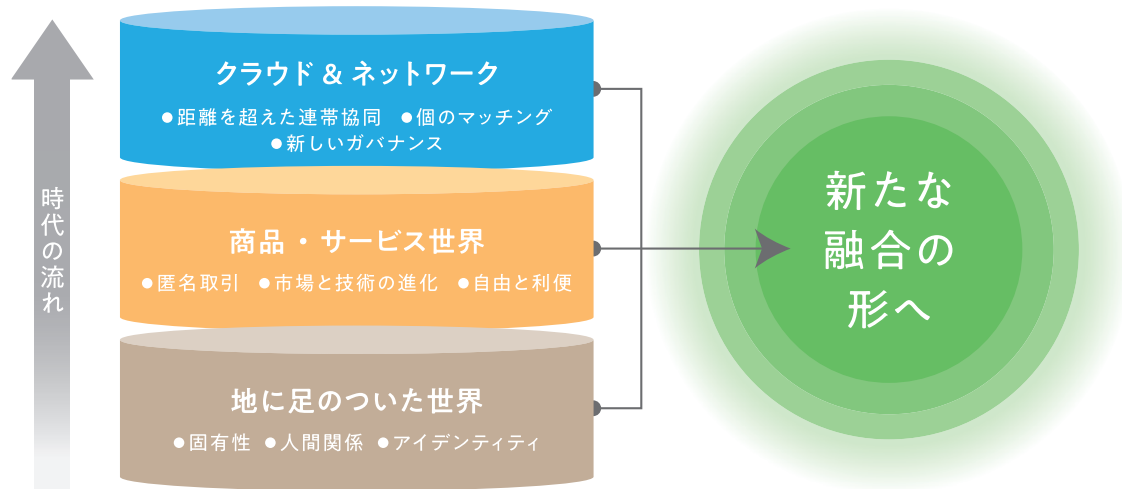
“小さなまちづくり”は思いある個人の意思を点火しながら進化し、徐々に力を持つようになった。地場の大きな資本や、時に大手資本をも巻き込むことも増えてきた。大きなシステムの側も、ローカルの意思や力、あるいはつながりを必要としているのである。

僕らはいま必要なのは「中間解」だと考えるようになった。進化するボトムアップの精神と“大きな資本”の間を結び融合するための新たな方法論である。ローカルな主体や意思が、市場の力に振り回されるのではなく、むしろ市場を味方につけて活かし、スケールやインパクトを拡張していくのだ。

かつて大都市の時代の前には、人が住む場所と働く場所は大抵重なっていたし、人間関係も土地と強く結びついていて、良くも悪くも顔の見える地域社会はいわば「地に足のついた世界」と言える。だが市場と技術の進化とともに、全てが商品となりサービスとなり、画一化が進み、モノもお金も場所を超え、人は“まち”の外へ出ていった。そうして力を増していった「商品とサービスの世界」のレイヤーが「地に足のついた世界」の多くの部分を取って代わるようになっていった。

「みんデベ」の考え方は“脱商品”の価値観を確かに持っているが、かつてのあり方に「回帰する」ことを意図してはいない。今は「商品とサービスの世界」の上に、「クラウド＆ネットワーク」のレイヤーが加わった時代である。デジタルで匿名的な世界に、昔ながらのアナログな世界と、個をつなぐテクノロジーが両側から重なり融合されていく……そういう発想に未来が見出せるだろう。商品とサービスのパラダイムは、規模による信用と効率によって「客が見える前に」大きな投資をすることができるのがその強さである。そこでは小さな主体は極めて限られたリスクしか取れない。だが、仮に使う人や買う人の顔が先に見えていれば、小さな主体がより大きなビジョンを持って投資を誘発することができるはずだ。

新たなディベロッパーのかたちとは、ローカルな志と資産を中心としながら、資本やシステムの力を活かしつつ、物理的制約を超えた共感のネットワークを取り込みながら、固有のビジョンをかたちにしていく。それは企業という単位ではなく、もっと柔らかな生態系のようなものである。ではそうした方法論の要素とはどんなものだろうか。



【図3】「みんデベ」のサービス概念



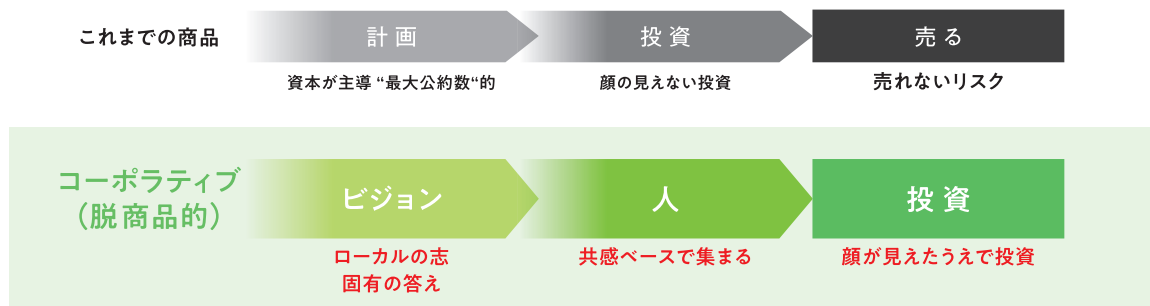
## コーポラティブの可能性

コーポラティブハウスという住宅づくりの形式がある。市民が集まって手を組み、自ら開発主となって集合住宅をつくるものだ。住み手たちが「組合」をつくり、土地探しから建物づくり、その後の管理なども行っていく。欧米の多くの都市でそれは一般解の一つである。日本では1970年代にチャレンジが始まり、既に50年にわたる歴史がある。自分（たち）の欲しい住まいを自ら主体性を手放すことなくつくり出すコーポラティブハウスに住む人たちの満足度・幸福度は高い。つくる過程で醸成される人間関係もそれを支えていく。コーポラティブはそのプロセスにコミュニケーションを必要とするから、確かに“面倒”ではあるが、そこには確かに幸せが生まれている。そもそも人間は、勉強をサボれば落ちこぼれたり、体を鍛えなければ健康を損ない醜くといった具合に、面倒を避けているだけでは幸せになりにくいものなのだろう。

コーポラティブには「みんなデベ」的世界へ向かう上での

一つの可能性を見出せる。先にビジョンがあり、それに共感する人々が集まった時点でお金が動き、コトが起こされる。金融的信用力のある大資本が先に登場する必要がなく、例えば建築家が自分で土地を見つけてそこにビジョンを描き、住む人（買う人）を集めればプロジェクトは実現できるわけだ。顔の见えない段階でリスクの少ない“最大公約数的な商品”を計画する必要はない。

コーポラティブとは「主体性」の復権そのものである。“脱商品”的であり、本質的に合理的でもある。多くの資源を費やすことで高級価値を生むのではなく、プロセスと関係性によって愛着価値を生むという性質も含んでいる。近年急速に発達しつつあるWeb3やDAOといった脱中心・分散のパラダイムへ向かう動きも、コーポラティブな世界観と共にある。そこでは不動産の所有権や利用権は主体性を持った人々の意思に基づいて柔軟に流通し、共有されていく。



【図4】コーポラティブ（脱商品的）とこれまでの「商品」の違い

## コレクティブな発想へ

コーポラティブハウスと似た言葉でコレクティブハウスがある。高齢者や多世代が集まって住む住居形態だが、日本の老人ホームのようなシェアハウス型ではなく、各々の世帯は独立した家を持ちつつ、共有のダイニングなどのコモンスペースを持つ。孤独を避けながらもプライバシーを確保し、そのバランスを取るかたちである。コレクティブというのは「集まって・集合の」といった意味もあるが「全体

の・全体で」という意味もあり、その2つはもちろん関係がある。集まるならその全体のあり方を考えようというのは自然なことであって、日本のマンションのように「集まっているが、全体としての意味は特になし」というのはコレクティブではない。

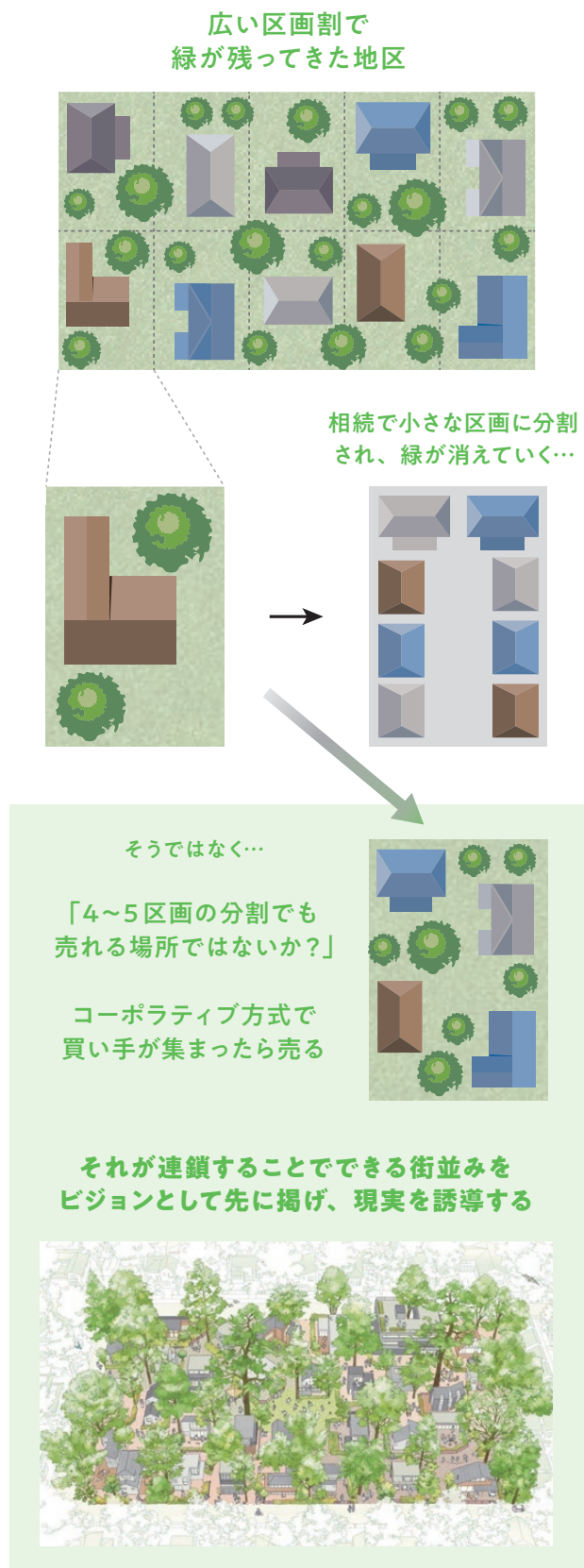
街というのは本来、意識的にせよそうでないにせよ全体としてデザインされる方がいい。だがこれまでのディベロッ

パーは、周辺や地域をコレクティブにつくっていくような枠組みの中にはなかった。しかし昨今のディベロッパーたちは、本質的にその場所に必要とされる範疇を超えて開発する。需要があるからつくるのではなく、仕事の機会をつくるために売り物をつくることを迫られる。その結果、敷地単体の範囲で考えるだけでは利回りに限界があり、むしろ周辺を含めて何がしかの仕掛けを考えることが経済最適へつながるという場面が増えてきた。ある土地の価値はエリアの価値に左右されるため、エリアの価値を上げること、街をコレクティブに捉えることが合理性を持っていくというわけだ。

都市計画や建築に関わる制度も、住居地域や商業地域といったいわゆる用途ゾーニングなどは全体のあり方から考えられたものではあるが、土地・建物の単位では、私権優先のルールが基本であり、各々が自由にバラバラに最適化されていくようにできている。その基本的なあり方が根本的には変わらないにせよ、コレクティブな都市に向かうためのルールや手法は色々ありえる。例えば小さな個人店が連なる入り組んだ横丁は、権利がまとまりさえすればタワーに変わることが経済論理として必然に思えるが、その上空の空中権すなわち容積率を近くのビル開発案件に売却すれば、経済的な問題はクリアして生き残ることができる。これは東京駅の駅舎で行われたものだが、米国などでは歴史的建築を保存するために使われる制度として容積率バンクも存在する。

主体性が地域・まち・個人に移ることは、そうしたエリア単位での長期的な全体最適に向かっていく力を強めていく可能性を持つだろう。

【図5】ミニ開発を避ける考え方の例





## 地主が主体性を取り戻す

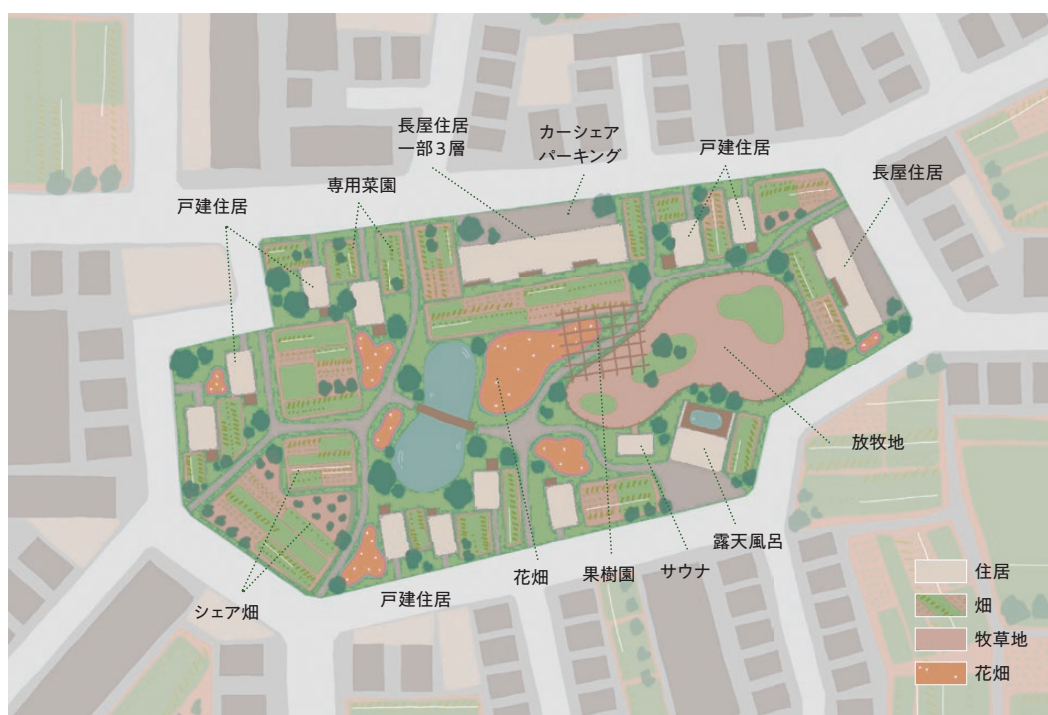
地域の魅力を守ることと自分の資産を守ることが同期する時代になった。新たな世代の地主たちは徐々にそれに気づきつつある。価値観の転換期が来ているのだ。ここでも土地に根を張る個人の主体性が改めて意味を持つだろう。

相続で畑が売られ、宅地分譲業者や建売業者が買い取り、売りやすいサイズに切って売られていく……よく見かける風景だ。それは市場原理には一見適っているが、主導権が地主でなくディベロッパー側にある限り、あくまで部分最適に向かっていく。だがその場所に根を張る地主が自らディベロッパーとしてふるまうことができれば、長期的・全

体的な最適へ向けて別の考え方をとることもできる。仮に自分の持つ畑の半分をどうしても売らねばならなくなったとしても、ただ半分に切って売るのでなく、真ん中を畑として残して周りに家を建てていくだけでも意味は変わる。住宅は畑を風景として取り込み、そこに住む家族や高齢者は畑と共生する。地主が営農を続けることが難しければ地域でシェアしていくことで、畑地域の新たなアメニティ、共有資産となる。畑はコミュニティの拠点、新たなコトの始まりの場になるかもしれない。

僕らはいま東京の郊外で新しい価値観を持つ地域の地

【図6】生産緑地の共生型活用のイメージ



主たちとタッグを組んで、いくつかのコーポラティブ・ビレッジのプロジェクトを進めている。あるお寺のオーナーは、創造的な教育事業も手がけながら地域の新たなコモンズとしての寺のかたちを追求して独特のコミュニティをつくりあげつつ、境内の森や寺の歴史を継承していくべく様々な活動を展開し、寺を新たな場所として再定義しながら、我々

と協働して周りの不動産の再編集を進めている。またある農地地主は自ら「自分ごとタウン」というコンセプトを立てて自らの農地を地域に開き、農地を介して街に新たなコトを生み出していくプロジェクトをスタートした。また別の地主は、福祉事業やカフェを運営しながら「日常の中のケア」を街全体に重ねていくというテーマに向けて不動産の再生

や開発をしつつある。

僕は住宅のプロジェクト等を起点にしながら、地域の組合やオーナー自身の地域事業や、域外の人との関わりの仕掛け、公民連携などについても一緒に考えていくことになる。相続は街の風景が変わるきっかけになる機会であ

り、そこで単に外の誰かに資産を手渡すことで経済的問題を解決するのではなく、未来の風景に向けた創造的なシナリオを持つことで街の魅力を同時につくり出し、それによって資産を守っていく。そのためにはやはり、主導権・主体性を自ら持つことが必要である。

## ローカルディベロッパーの生態系

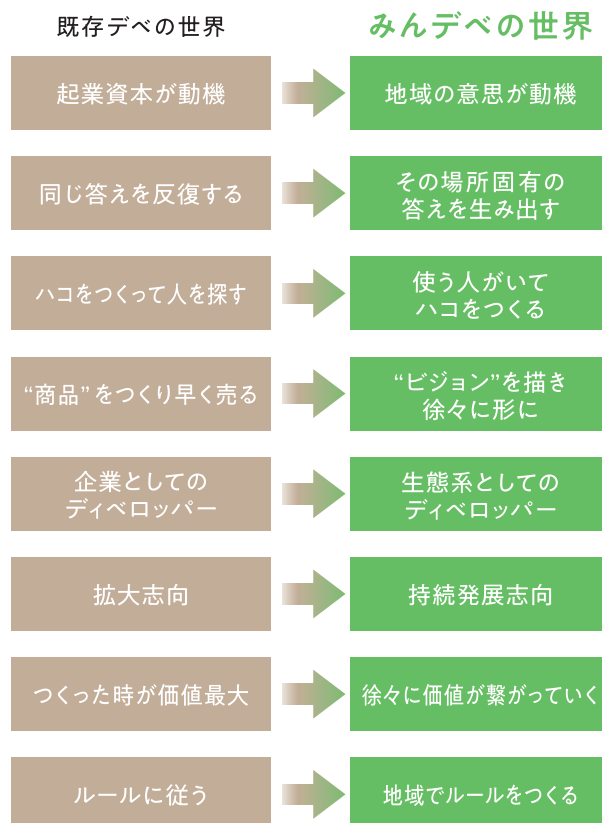
地方地域はどうか。ここでも、その土地・地域と運命を共にする腹括りを持つ人や事業者が「主体」になれるかが鍵になる。ローカルの主体性がなくなった地域は、客観的な合理性のみで評価される結果として、一部のコア都市を除けば衰退へ向かわざるを得ないだろう。一方で強い主体性と地域への執着・愛着を持ったリーダーシップが存在すれば、そこにはある意味で“非合理的な”志と情熱が波及し、個性と魅力が宿り、しぶとさが生まれていく。これは決して意識高めのベキ論ではなく、豊かに生き残るための戦略といえる。これからの合理性とは、固有性にこそ見出せる。想像力を放棄してシステムに任せることは悪手であり、何よりおもしろくない。

ローカルな個人の意思や個性がローカルな資本や事業とつながること。そこから新たなローカルディベロッパーのイメージが見えてくる。ここでいうローカルディベロッパーとは、地域資本や地域の意思がベースとなる地域再生／開発の主体だが、それはもちろん一つの企業を意味しない。連携・協同する会社、人、活動、金融、そして地域の小商いや草の根活動までも含めた総体としての「生態系」を意味する。そこにはナショナル企業が株主のために経済最適を目指すものとは違う目的がある。資本主義ルールの目線から見れば非合理的ともいえるような志は、それ自体が事業展開におけるパワーの源泉ともなっていく。

ローカルディベロッパーは、ハコ（不動産）とソフト（地域のビジネスや活動）を一緒に開発していく。地場の産業、自然資源や観光資源、人、技、文化・風土、風景、魅力的なコンテンツ……それらをつなげて編集し、価値を拡張していく長期的な企てである。それは旧来の不動産ディベロッパーという概念の外側を含むものだ。そしてそれは「みんデベ」の思想と当然に同期する。

例えば、地域で個性的な取り組みをして逞しく稼いでいる酒蔵の若旦那と農業を営む若手のチームが街の未来を考えているとする。彼らがローカルディベロッパーの発起人となる。彼らは自分の会社やチームだけでなく、地域でおもしろい小商いをやっている人や地域金融など様々なプレイヤーたちと一緒に、地域産業の発展の戦略や街の未来像、そしてそこへ至る戦略や道筋を描いていく。新たな仲間を募りながら、例えば東京の料理研究家などとも連携して発酵食品加工の新事業をつくり、それらを体験できる

【図7】過去のデベ、これからのデベ



レストラン、ファクトリー、宿泊、アグリツーリズム等へも展開する。徐々に関係人口も生まれ、そこからまた新たなコトが派生していく……そんなイメージだ。そんな展開において不動産を動かす実務的なブレインや資本は外から呼べばいいが、志と道筋を決して丸投げすることなく、あくまで自分ごととして進めていけるパートナーを頼ることが重要となる。そしてローカルディベロッパーは地域の課題を解決するような新たなルール・制度をも提案し、地元の共感・支持を得て実現していく。

僕らは例えばいま、伝統工芸産業が今も根強く残る街で、地元の人たちとともに不動産会社と観光関連の運営会社をつくり、街なかの再生と産業再生をシンクロさせていくシナリオを考え始めている。また別の地域では、独自の感性やアイディアを持つ食品加工事業者や畜産事業者と話を始めているが、そこでは食事業自体への投資や、多世代共生居住の新たなかたち、アウトドアを絡めて体験の場などさまざまな要素を組み合わせたローカルディベロップメントの実践をしたいと考えている。

## 武器の共有と橋渡しの職能

ここで書いたような話に関心や共感を持つ人が「みんなデベ」しよう!と思ったとしても、多くの人は「言いたいことはなんとなくわかった気がするけど、どうやっていくのかイメージがわからない..」と戸惑いを感じるように思う。道筋や方法を、あるいは必要となる道具やつながりを、共有していかなければならない。僕らの「みんなデベ」メディアはそのための場の一つだ。

小さな志が生まれたとして、そこから誰にどのような話をして巻き込んでいけばよいかのイメージもしにくい人が多いだろうが、少し行動の方向性や考え方を変えるだけで、物

事の進み方は変わる。資金調達に関しても、クラウドファンディングの仕組みは進化してはいるものの、他にもまだあまり知られていない工夫・方法は存在する。不動産や建物については確かに専門的な知識も必要となるし、行政へのロビイングも時には必要となるだろう。そうした場面では当然ながら専門家、プロフェッショナルの出番がある。ここからプロに求められるのは「個人の意思と市場やシステムの間の橋渡し」だ。僕らはそうしたさまざまなサポートを新たな職能にして実践しながら、自らも当事者になりたい。

## 主体性がナラティブを生む

誰もがディベロッパーになること、その場所に生きる人が主体となることは、個々の人と場所の物語＝ナラティブが街に、都市に表れていくことに他ならない。そしてその過程自体とともに、新たなナラティブが人々に共有されていく。個性や固有性が都市の風景と体験から少しずつ消えていく中で失われたものを新たなマインドと方法によって取

り戻すことは、街と紐づいたアイデンティティを人々の中に再生していく。冒頭の均質化論に対する一つの処方箋となることを目指して、住まいや街のあり方・つくり方をより自由で多様で民主的なものにしていくという僕らの変わらぬテーマを追求していきたい。

