



地域経営とコミュニティデザイン

靄山 真人 先生

(東京女子大学 現代教養学部経済経営学科 地域デザインコース特任教授)

裏原宿でのムーブメントをヒントに、人口減少時代における住民や民間主体のボトムアップ型まちづくりを提示。現代の商業や地域づくりにおける「関係人口」の重要性を示し、行政サービスに依存せず活力を維持するまちづくりの方法を探る。

講演内容(要約)

1. 人口減少時代のムーブメント

現在、日本は人口増加の時代から人口減少の時代へと転換しており、この変化は都市やまちづくりの考え方にも大きな影響を与えている。人口が増加していた時代には、住宅やインフラを整備するためにトップダウン型の都市計画が有効であった。しかし人口減少の時代には、従来の都市計画だけでは地域の活力を維持することが難しくなり、住民や民間主体が関わるボトムアップ型のまちづくりが重要になる。

その事例の一つとして、1990年代の裏原宿の変化が挙げられる。当時は住宅地であった地域に、若いクリエイターたちが小さな店舗を出店し、それが連鎖的に広がることで一つの文化的エリアが形成された。このように、街の変化が点ではなく徐々に線や面になり、そういった変化が起こっていく現象は、現在では「エリアリノベーション」と呼ばれ、2000年代以降に全国へ広がっていった。

2. 関係人口とまちづくり

現代の商業や地域づくりでは「関係人口」の概念が重要である。消費の近代化によって、購買はより「安く」「便利」な場所で行われるようになった。単なる消費者ではなく、その場所を応援してくれるような関係性をどのように構築していくかがポイントである。主体的に関わる関係人口が増えることで、継続的な賑わいが生まれるのだ。

この考え方は自治体と市民の関係にも当てはまる。人口減少社会では、行政サービスだけに依存するのではなく、市民自身が主体的に地域に関わり、まちの価値

を共に作り出していくことが求められる。今後のまちづくりでは、このような関係人口を育てながら、市民が主体になり、自分ごととして捉え、小さくてもよいので自身の身の回りで、なんらかのアクションを起こす。そんな機運が、もっと広がっていけば、人口減少の時代においても、まちを元気にする突破口になりうるのではないだろうか。

質疑応答

Q. 西荻窪、阿佐ヶ谷、高円寺はそれぞれ特徴の異なるまちである。先生から見て杉並のこれらのまちをどのように捉えているのか。

A. 都市計画道路の評価だけでなく、各地域が持つ固有の魅力や特徴を踏まえて評価していくことが重要であると考えている。

まちはそれぞれ来街者の特性や魅力の内容が異なるため、まちづくりを考える上では、一律の指標で評価するのではなく、まちごとの特性に応じた評価指標を地域の関係者で話し合いながら設計していく必要がある。

Q. 西荻窪のアンティーク街や高円寺の古着屋街など、立地や店舗の集積がまちの「らしさ」をつくっていることについてどう考えるか。

A. 西荻窪で言えばアンティークショップの専門店街である。専門店街とは、同業種の店舗が集積することで、個店では難しい集客を実現し、地域のイメージを形成していくものであり、西荻窪もその代表例である。

他地域では数十年をかけて専門店街が形成されるところを、西荻窪アンティーク街は、1984年に4店

舗しかなかったアンティークショップが、約 20 年間で 70 店舗にまで増加、短期間で専門店街が形成された。その背景には、メディアの影響や人と人とのつながりなど、コミュニティの力が大きく関係していると考えられる。

また、もう一つの特徴は、店舗密度が比較的低く、住宅街の中に店舗が点在している点にある。一般的な専門店街は離れていても駅から 400~500 メートル程度の範囲に集積することが多いが、西荻窪では南北約 2 キロにわたり店舗が広がっており、住宅地の中で思いがけない店に出会えることがまち歩きの魅力となっている。また、西荻窪においては、住宅と店舗の共存や、道路に面する 1 階部分の店舗有無なども、まちの魅力を示す評価指標として検討していくべきと考える。このように、まちによって捉えるべき指標は大きく異なるのではないだろうか。