

3-1 「世田谷の魅力を高めるまちづくり」研究報告書

世田谷の〈磁/地場〉探求に向けて

目 次

第1章 研究の概要	91
第1節 研究の背景と趣旨	
第2節 研究の進め方	
第2章 世田谷のいま	93
第1節 世田谷区の地域資源	
1.1 郊外住宅地・世田谷	
1.2 文化・歴史	
1.3 自然・公園	
1.4 豊富な地域資源	
第2節 メディアのなかの世田谷	
2.1 世田谷の魅力と観光資源	
2.2 住民のプライドが育てた世田谷	
2.3 世田谷ライフスタイル	
2.4 世田谷のイメージ	
第3節 暮らしのまち—区民意識調査からみる「住宅都市」世田谷	
第4節 「住宅都市」世田谷を象徴する先進的な施策	
第5節 本章のまとめ	
第3章 世田谷の成り立ち	106
第1節 歴史的な地層から探る世田谷	
第2節 世田谷の歴史的な地層	
2.1 明治期の近郊農村世田谷（1868-96年）	
2.2 軍事機関立地と郊外電車開通（1897-1923年）	
2.3 関東大震災と郊外化のうねり（1924-40年）	
2.4 戦時統制と戦後混乱期（1941-49年）	
2.5 戦後復興と住商都市世田谷の拡張（1950-64年）	
第3節 本章のまとめ	
第4章 世田谷の魅力を高めるために—20年度への問題提起—	114
第1節 19年度のまとめ	
1.1 世田谷の「磁/地場」の追求	
1.2 世田谷の魅力と政策科学としての都市社会学	
第2節 対象地域と展望	
2.1 成城	
2.2 下北沢	
2.3 東深沢エーダン商店街	
第3節 来年度に向けて	

第1章 研究の概要

第1節 研究の背景と趣旨

地方分権改革は1990年代半ば以降の第一次改革を経て、第二段階を迎えた。平成19(2007)年4月に地方分権改革推進法が施行され、その基本事項を審議するための地方分権改革推進委員会が発足し、精力的に審議が進められている。地方分権の基本理念とは、地方の自主性及び自立性を高めることによって、個性豊かで活力に満ちた地域社会の実現を図ることである。

地方分権の潮流のなか、地方自治体では自主・自立に向けた取り組みが積極的に進められている。とりわけ地域活性化策もその一つである。近年では、地域ブランドという言葉をよく耳にする。地域産品への関心が高まり、地域づくりの一環として地域産品のブランド化が注目されるようになったのである。特に、人口減少の著しい地方にとっては、地域ブランドによる地域活性化策に重点を置く自治体や地域団体が増えている。地域の特性や特産品を地域ブランドとして内外にアピールしイメージアップを進めることで観光客獲得や産品等の販売機会を拡大し、経済的効果を始めた地域の活性化促進に大きな期待を寄せている。その効果は外部に対する商業的アピールにとどまらない。地域住民にとってはみずからの居住する地域と再び向き合う大きな機会であり、地域を肯定的なイメージで捉えなおす契機となりうる試みでもある。

これは、首都東京における世田谷区においても例外ではない。個性豊かで活力に満ちた地域社会を実現するには、住民の地域に対する評価が欠かせない。今後も都市世田谷が発展し続けるには、まず定住者である区民の満足度を向上させるため、良好な地域イメージを形成することが求められる。また、現代のように経済が発展し、成熟した社会においては、物質的な豊かさだけでなく、心の豊かさも必要とされているのではないだろうか。心の豊かさとは、地域固有の歴史や文化、自然により育まれてきた「伝統」や「美しさ」、「情緒」といった、人々が心に感じ取るものが大きく影響しているように感じられる。地域社会において多様な価値観を持つ住民が自己実現を図り、生きがいを持って暮らせるという環境が、世田谷区の魅力を一層高めていくことになるだろう。そしてそのイメージを世田谷ブランドとして内外に発信し定着させていくことで、定住人口や交流人口の増加、企業の獲得、産品の販売機会の拡大という成果を生み出し、永続的に発展する世田谷の姿を見いだすことにもつながる。

本研究は、首都東京に位置しながらも、自然環境に恵まれ、様々な歴史的背景によって個性的な街が形成されてきた世田谷区を様々な角度から紐解き、それを整理することによって魅力の再発見や掘り起こしを行い、それらを世田谷のブランドとして、また付加価値として広く発信していくことに主眼を置き、更なる世田谷区の魅力拡大につなげることを目的として取り組むこととする。

第2節 研究の進め方

本研究は、研究期間を平成19年度、20年度の2ヵ年とし、地域資源を始めとした魅力に関わる基礎資料の収集・整理、歴史的背景による個性的な街の成り立ちの調査及びヒアリングを通じたフィールドワークを中心に進めるものとする。

(1)平成 19 年度

これまで断片的な情報や資料によっていた世田谷の魅力をトータルに掴み取るため、多方面からのデータを整理し、つなぎ合わせることで世田谷の印象を再認識する。

世田谷区の印象を把握するために、区民意識調査を活用し、区民から見た世田谷区の姿を整理する。また、「地域ブランド調査 2007」(株式会社ブランド総合研究所 2007)¹によって区外から見た印象を整理する。さらに、旅行会社や出版社などからヒアリングを行い、メディアが見る世田谷区の印象を整理する。

また、世田谷区にある様々な資源について既存の資料を整理するとともに、世田谷区の街の成り立ちを歴史的見地から探る。

(2)平成 20 年度

世田谷区の魅力を、物質的な満足度に加え、心に豊かさが感じ取れるようなイメージを明らかにするため、平成 19 年度の研究成果を基に、世田谷区を代表する地域を選定し、その地域の成り立ちを物語風にして描く。

また、専門家などのヒアリング結果を参考にして、世田谷区だから出来る観光資源を提案する。

自然・緑(等々力溪谷公園)



文化施設(世田谷美術館)

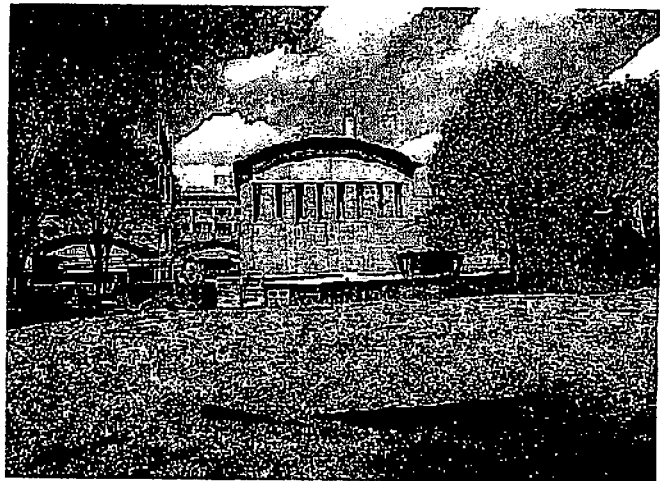


図 1-1 世田谷の地域資源イメージ

¹ 株式会社ブランド総合研究所, 2008, 「地域ブランド調査 2007」, 株式会社ブランド総合研究所

第2章 世田谷のいま

第1節 世田谷区の地域資源

1.1 郊外住宅地・世田谷

世田谷区は東京23区中の西南端に位置している。東は目黒区・渋谷区、北は杉並区・三鷹市、西は狛江市・調布市、南は大田区とそれぞれ接し、さらに多摩川をはさんで神奈川県川崎市と向かい合っている。世田谷区の用途別土地利用面積を見ると、商業用地、住宅用地などの宅地面積は世田谷区全体の面積(5,808.2ha)の65.9%、3,825.5haとなっている²。総人口820,920人、総世帯数425,295世帯(平成19年1月1日現在の住民基本台帳)は、ともに東京23区中第1位である。世田谷区は、都心に近いうえ、交通の便のよい良好な住宅地としての性格が強く、大正初めから急激な勢いで人口が増加してきたが、全域に市街化が進み、昭和62(1987)年をピークに減少傾向にあった。しかし、平成8(1996)年からは再び上昇している。

高度経済成長期の製造業の発達に伴う東京圏の社会構造変化の中で、世田谷区は住民構成にやや特殊な地域特性を保持してきた。世田谷区は、東京都の約6割以上の区市町村がブルーカラー層中心の地域類型であった高度成長末期の昭和45(1970)年頃から平成12(2000)年まで一貫して、ブルーカラーが少なく上級ホワイトカラー³の多い地域類型(技能工・生産工程作業職30%未満、管理職・専門・技能職20%以上)で、戦後一貫して専門・管理職が多い「郊外住宅地」であった。つまり、大規模事業所数が少なく、比較的古くから家族形成層が多い地域であった⁴。

世田谷のイメージは何と云っても、西の芦屋・東の成城といわれるほど有名な住宅地であろう。全国的にも有名な成城や代沢、深沢、玉川田園調布といった閑静で高級感のある住宅街がある。そして、閑静な住宅街にふさわしい、有名パティシエによる極上のスイーツの店舗が区内のあちらこちらに点在し、世田谷に住んでいる人や世田谷に遊びに来る人の舌を満足させてくれる。

世田谷の地域を形成する過程でその核となった活気ある商店街も世田谷の地域資源の一つである。その昔、千歳船橋に東京映画撮影所、桜3丁目に大蔵映画撮影所があり、ウルトラマンシリーズが撮影されていた。祖師ヶ谷大蔵駅前には、そのウルトラマンをシンボルにした地域密着型の「ウルトラマン商店街」がある。また、桜新町には、サザエさんをシンボルにした桜新町商店街もあり小さい子どもたちから大人まで楽しませてくれる。

1.2 文化・歴史

世田谷はみどり豊かな武蔵野の自然にあふれる閑静な住宅地として発展し、多くの芸術家や文化人、区民みずからによる活動が活発に行われ、また、美術館や文学館などの施設も充実し、特色ある文化が形成されている。これらのものは区民のかけがえのない財産であり、世田谷の魅力を支える大きな要素となっている。また、世田谷区は平成17年度には、文化芸術の振興に関する条例を制定し、全ての区民が文化や芸術に触れ、文化的な環境を享受することで、心に潤いやゆとりをもって生活できる地域社会の実現を目指している。

²世田谷区都市整備部都市計画課, 2008, 『平成18年度 世田谷区土地利用現況調査』世田谷区。

³国勢調査の職業大分類による「専門・管理」にあたる職種を「上級ホワイトカラー」とした。

⁴松本康, 2004, 『東京で暮らすー都市社会構造と社会意識』東京都立大学出版会。

世田谷区には文化の拠点となる施設がいくつか存在する。その中でも先駆的な役割を果たしているのが世田谷美術館である。区民生活に根ざした幅広い活動を行うことによって、ここを拠点として自発的な文化活動や文化交流が展開され、区民の生活や文化が向上していくことを目指している。展覧会は、館の所蔵作品による展覧会や内外の美術館等の協力のもとに行う企画展覧会があり多くの来館者で賑わいを見せている。世田谷美術館分館としてオープンした向井潤吉アトリエ館は、民家を中心に風景画を描きつづけてきた名誉区民の故向井潤吉画伯から自宅兼アトリエを展示館に改修し、その作品とともに寄贈されたものである。他の分館として、清川泰次記念ギャラリーや宮本三郎記念美術館がある。

世田谷文学館は、文学を中心とした文化・余暇活動と交流の場を提供し、新たな地域文化の創造と区民文化の振興の拠点となることを目指し開館した。ここでは、世田谷区にゆかりのある文学資料の収集、保存、展示を通して文化遺産の収集を行っている。収蔵品の展示を始め企画展覧会を開催し区内外の人が訪れている。

世田谷文化生活情報センターは、区民の自主的な地域活動などの支援とともに、優れた文化・芸術を区民に提供することをめざしている。その機能は2つの部門から成り立ち、ひとつは「暮らしをデザインする」のコンセプトのもと、新しいライフスタイルを提案する「生活工房」と、もうひとつが現代演劇やダンスなどの公演のほかに舞台創作活動を身近に体験できる「パブリックシアター」がある。この2つを通じて文化と創造活動の場を提供している。

私設の静嘉堂文庫美術館や五島美術館には、国宝級の美術工芸品も収蔵されている。また、「サザエさん」の著者である長谷川町子氏のゆかりの地、桜新町には長谷川町子美術館がある。さらに、区内には郷土の歴史を伝える有形・無形の多くの文化財が残されている。代表的なものでは江戸時代の中期頃から続いている無形民族文化財の世田谷のボロ市がある。他にも史跡・旧跡など文化財の多さに驚く。このように住宅都市世田谷には、多くの文化財産に恵まれ文化の香りがただようまちであり、身近で文化を堪能できる世田谷といっても過言ではないだろう。

1.3 自然・公園

世田谷は都心に位置しているにもかかわらず自然が豊富なまちである。区内には、多摩川を始め、緑に覆われ湧水も現存する国分寺崖線、公園、緑地、社寺や住宅地の緑に加え農地の緑など、都内では有数の自然や緑が多く残されている。

公園や緑地は、区民の屋外における休息、鑑賞、遊戯運動レクリエーション利用などに設置され、区民の憩いの場となっている。特色ある代表的な公園としては、等々力溪谷公園がある。等々力溪谷は、谷沢川が玉川に合流する手前で、多摩川の段丘崖を浸食して形成された延長1Kmの開折谷で、都区内では希少な自然と溪谷美を残している。古い世田谷の農村風景を再現した次大夫堀公園、多摩川の水辺環境と歴史を生かした兵庫島公園など、緑や水といった貴重な自然空間と出会うことができる。また、都市公園・身近な広場も数多く点在し、その数は492箇所を数え、区民1人当たりの面積は3.00㎡となっている⁵。

⁵区立公園、区立身近な広場、都立都市公園(区内所在分)の合計面積を住民基本台帳人口で割ったもの。

1.4 豊富な地域資源

前述してきたように、世田谷は単に住宅地として栄えたのではなく、自然環境や歴史的背景から受け継がれてきた、世田谷固有の文化によってその成り立ちを見せている。下北沢や三軒茶屋、二子玉川といった性格の違う繁華街の成り立ちもそれぞれの歴史的背景が基盤となっている。自然や歴史、文化、人を背景に裏打ちされた豊富な地域資源を持つ住宅都市世田谷は、生活者にとって住み心地がよいまちであるということがいえる。

第2節 メディアのなかの世田谷

世田谷の魅力は、自然や歴史、観光に関する書籍や統計データから感じ取ることができる。しかしそれは我々の感覚で受け止めたものであり推測の域を脱しない。

本節では、「世田谷の魅力」について観光に携わる専門家や生活者を中心に聞き取り調査を行った内容や、書籍等での世田谷に関する記述について整理しまとめたものである。

今回は、株式会社JTBパブリッシング（「るるぶ」発行元）と株式会社榎出版（「世田谷ライフ」発行元）にご協力をいただいた。

2.1 世田谷の魅力と観光資源

JTBパブリッシングで発行する情報誌「るるぶ」は、全国各地の「見る」「食べる」「遊ぶ」を徹底的にガイドしたエリアマガジンとして、旅行者にはもちろん、地元の人にも役立つ情報誌として発行されている。広域版と地域版に分類されるが、地域版は住民にとっての生活情報誌でありライフスタイルの提案といった形に編集されている。平成19(2007)年11月「るるぶ世田谷・目黒」が発売されたが、購入者層の98%が地元住民ということである。自分が生活する地域の情報をもっと知りたいという思いがよく表れている数値である。

次に情報誌編集のポイントは、①観光資源を羅列しても効果は薄い。徹底的に資源を見直し、資源を組み合わせることが重要である。②ぱっと目につく「スター」を造ること。③人にスポットをあてる。「人」が観光の資源となる。人は「人」、「人の生き方」に関心があり知りたがる。こういった視点を持ち、資源と資源を効果的に組み合わせ、「物語」風に描いていくことが必要である。

では、世田谷の魅力は？世田谷といえば閑静な住宅街を思い浮かべる人は多い。やはり全国有数の高級住宅地である。例えば、これを観光の視点で捉えると、世田谷でも代表的な成城の生活スタイルを紹介する。成城で宿泊生活体験の実現が可能となれば、全国的に有名な高級住宅地成城でお試し生活ができ、その生活文化を存分に味わえる、といったことが思いつく。また、都市型農園も魅力の一つである。今では郊外型の農園体験はそれほどめずらしくないが、それが都会の真ん中で体験できるとすれば素晴らしいことである。

「ウルトラマン」や「サザエさん」といった全国的に有名なキャラクターの活用は「心に満足感を得る」という効果が期待できる。現在ある資源を有効に組み合わせることによって、世田谷らしい観光スポットができるのではないだろうか。

2.2 住民のプライドが育てた世田谷

「世田谷ライフ」は地元世田谷の暮らしをセンスアップする情報マガジンとして発行し

ている。世田谷ブランドを意識し、地域資源を効果的に組み合わせ、世田谷ならではの生活スタイルを提案するといった生活情報誌である。

「世田谷ライフ」創刊の発想は、地元の出版社として地元を受け入れられる情報誌を作りたいといったことが発端である。編集のポイントは、世田谷ブランドを意識し、それに恥じないように作成するにはどうするか。その視点が魅力の再発見につながるという。また、区民も区外の人も「世田谷って良い」という感覚は持っている。しかし、京都であれば社寺仏閣といった印象があるが、世田谷はこれといったブランドを証明できるものがない。いわゆる中途半端なまちである。それを活かすのが大切であるとのこと。それでは、「世田谷ブランド」とは？世田谷のまちには歴史がある。世田谷の地は歴史があるがゆえに住民はみずからの手でまちを築き上げてきたという自負心がある。それが住民のプライドとなっているのではないだろうか。「世田谷区内には美味しい飲食店が多い。」とか「世田谷のお店は、信用できるし美味しい。」といった言葉を聞くことがある。このような風潮は、世田谷住民のプライドが良い店を育て、世田谷住民の情報は間違いないといった感覚に結びついているものと思われる。

世田谷の魅力は、区の政策からも感じ取れる。安全・安心・子育て政策など住宅都市として、住みやすい印象がある。悪い印象はこれと違ってない。緑のイメージも強い。首都東京に位置しているにも関わらず多摩川や国分寺崖線といった自然が残り、多摩川には鮎の遡上もみられる。諸外国の首都を見ても例がないだろう。世界的にも珍しいのではないかな。

農地も魅力の一つである。区民農園に応募が殺到するように、都市住民は作物を作ることに對して関心が強い。成城学園に開園した「アグリス成城」(有料農園)の例を見ても分かる。募集開始からわずか完売してしまう人気である。食に対する不安が広がるなか、安心感を求める女性に人気があるという。

また、人的資源も豊富である。多くの著名人が住んでいる。これも大きな財産である。世田谷の広告塔として活動してもらえばイメージアップにつながる。貴重な資源を効果的に活用し、目を引く、人を引き付けるような情報を流すことによって世田谷というブランドの価値はさらに上がるはずである。

2.3 世田谷ライフスタイル

ヒアリング調査を通じ、また「るるぶ世田谷・目黒」や「世田谷ライフ」といった情報誌から、世田谷の地に生活する人々の多様な生活スタイルを感じ取ることができる。

「世田谷は緑がたくさんある。休日は5歳になる息子と自転車で出かけることも多い。お蕎麦を食べて公園に行く。羽根木公園のファミリーパークはベーゴマや焚き火をやっていたりする。三茶の釣堀にも行く。」伊原純子氏(「ママリブ」主宰)。「家のいろいろな窓から緑を感じられ、冬の晴れた日には富士山も見られて、外に出ればすぐ野川がある。子育てするにもとてもいい環境だ。引っ越してきてから、野川沿いのウォーキングをはじめた。初夏には菜の花の黄色が鮮やかで、肌で季節を感じながら歩くのはとても気持ちいい。」椎名桜子氏(作家)。「駒沢オリンピック公園にはよく来る。芝生にシートを敷いて横になると、いつのまにか寝てしまう。フッと目が覚めるとリフレッシュしている。」SHIHO氏(モデル)。「世田谷区のイメージは、やはり緑が多いということが一番を感じる。」薬丸裕英氏(タレント)。「世田谷の魅力は、動物たちと暮らしやすい環境。豊かな緑に恵まれ、

犬の散歩ができる公園や遊歩道が豊富なところ。」田中美奈子氏(女優)。といったように、自然や公園、地域の資源を組み合わせ生活者が魅力と感じる独自のライフスタイルを作っている。

2.4 世田谷のイメージ

世田谷を紹介する情報誌は、地域が持つ資源にレストランやスイーツ、カフェなどの飲食店を組み合わせたまち歩きの紹介や三軒茶屋・下北沢・二子玉川といった世田谷を代表する繁華街のお店の紹介や楽しみ方を紹介している。また、「池尻大橋はフレンドリーで個性的なまち」、「三軒茶屋は都会と暮らしが息づくまち」、「駒澤大学はスポーツや散策に最適なエリア」、「桜新町は四季折々に美しい桜並木の町」、「用賀は緑豊かな東京の西の玄関口」、「二子玉川は自然とおしゃれが共存するまち」といったように地域をイメージ化して紹介する雑誌もある。さらにテレビ番組でも数多くの世田谷の魅力が発信されている。これは、世田谷で生活すること、世田谷を訪れることによって、数え切れない生活スタイルや楽しみ方があるといったことを証明してくれているといえる。

次に区外の方は、世田谷区に対してどのような印象を持っているのか、「地域ブランド調査 2007(株式会社ブランド総合研究所)⁶」を参考にして整理した。

(1)住みたいまちランキング

住みたいまちランキングは住居意欲に関する設問を集計・分析している。第1位横浜市、第2位鎌倉市、第3位神戸市、以下京都市、札幌市と続き、第6位が世田谷区となっている。東京23区の中で最も高かったのが世田谷区で、続いて目黒区17位、港区19位という順番になっている。

(2)イメージ項目のランキング

世田谷区は、「生活に便利・快適」の項目が全国1位、「教育・子育て」の項目が全国第4位となっている。

(3)「魅力的な市」のランキング

全国で最も魅力的な市区町村は、第1位札幌市、第2位は京都市、第3位横浜市、以下、函館市、小樽市、神戸市、鎌倉市、富良野市、金沢市、軽井沢町と続き、世田谷区は第33位となっている。東京23区で見ると、渋谷区19位、新宿区22位、港区30位、次いで世田谷区である。

⁶「株式会社ブランド総合研究所が、市区町村のブランド化力を『見える化』し、地域ブランド戦略の指標として活用できるよう実施している調査。調査対象は、全782市(2007年6月現在)と東京23区、および地域ブランドへの取り組みに熱心な195町村を加えた1000の市区町村。全市区町村に対して、認知度、魅力度、情報接触度、イメージ(『歴史・文化のまち』など13項目)、情報入手経路(『旅やグルメに関する番組』など14項目)、観光意欲、居住意欲、産品購入意欲、地域資源への評価(『街並みや魅力的な建造物がある』)など15項目など全63項目について、インターネットを使い、全国から3万1169人の回答を集めて実施。1人の回答者に20市区町村に答えてもらったため、市区町村ごとの回答者は平均で632人。また、集計にあたっては、年齢、居住地、性別を基準に実際の人口の縮図となるよう再算出(ウェイトバック)している。」(株)ブランド総研, 2007, 『ブランド調査 2007』。

区外の人が見た世田谷の印象を整理してみると、全国1000の市区町村の中で、「住みたいまちランキング」が第6位となっている。イメージ項目別ランキング(表2-1)では、「生活に便利・快適」部門が第1位で、「教育・子育て」部門が第4位、「魅力的な市」のランキングが第33位と、かなりの項目で上位を占めていることが分かる。

世田谷区の印象は、生活に関する評価が高いが、歴史・文化、観光・レジャー、学術・芸術といったイメージは低いことが分かった。しかし、世田谷区が有する多岐にわたる魅力を広く発信することでさらにイメージアップを進めることは可能である。それでは、区民はどう思っているのだろうか。

表2-1 地域ブランド調査2007ランキング

項目	1位	2位	3位	4位	5位
生活に便利・快適	世田谷区	渋谷区	品川区	名古屋市	目黒区
教育・子育て	文京区	八王子市	国立市	世田谷区	つくば市
住民参加のまち	夕張市	岸和田市	杉並区	宮崎市	荒川区
防犯・防災に強い	網走市	神戸市	杉並区	淡路市	芦屋市
健康増進・医療福祉	野沢温泉村	富山市	水俣市	清瀬市	文京区
歴史・文化のまち	京都市	奈良市	鎌倉市	会津若松市	金沢市
学術・芸術のまち	京都市	宝塚市	つくば市	文京区	つくばみらい市
観光・レジャー	札幌市	函館市	小樽市	富良野市	軽井沢町
スポーツのまち	鈴鹿市	磐田市	鹿島市	苫小牧市	所沢市
国際交流のまち	横浜市	神戸市	横須賀市	京都市	成田市
環境にやさしい	富良野市	四万十町	軽井沢町	四万十市	屋久町
デザイン・センス	横浜市	神戸市	渋谷区	芦屋市	港区
IT・先端技術のまち	つくばみらい市	豊田市	日立市	つくば市	千代田区

第3節 暮らしのまち—区民意識調査からみる「住宅都市」世田谷

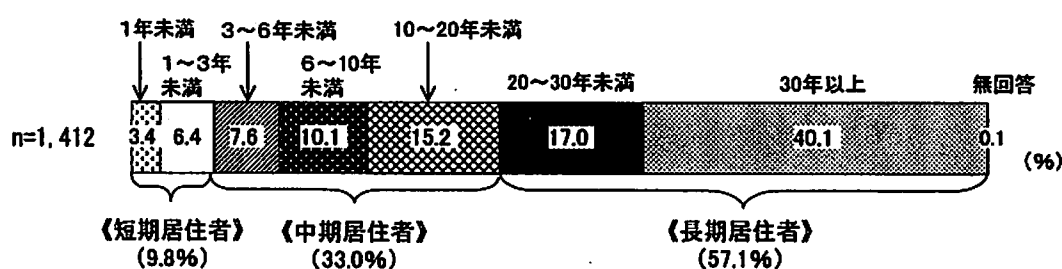
生活者である区民が感じている世田谷の印象を、平成19(2007)年実施の区民意識調査を基に整理した。

3.1 定住性

世田谷区の居住年数は、「1年未満」(3.4%)と「1～3年未満」(6.4%)を合わせた《短期居住者》(9.8%)が1割となっており、「3～6年未満」(7.6%)、「6～10年未満」(10.1%)、「10～20年未満」(15.2%)を合わせた《中期居住者》(33.0%)が3割を超え、「20～30年未満」(17.0%)と「30年以上」(40.1%)を合わせた《長期居住者》(57.1%)が6割近くとなっている。

《長期居住者》に、生まれた時から世田谷区に住んでいるかを聞いたところ、生まれたときからの居住者は28.5%、区外からの転入者は71.2%である。

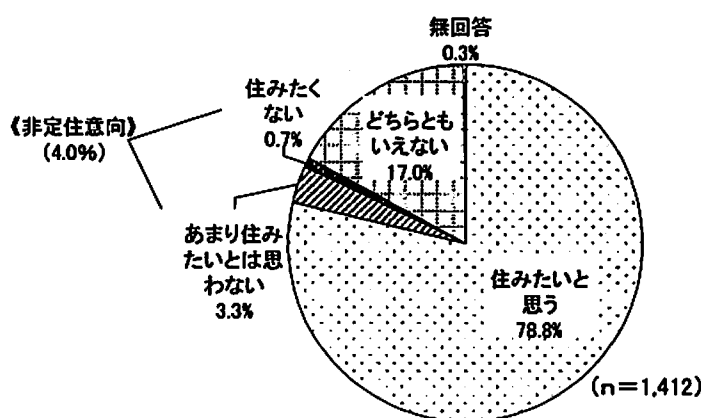
表2-2 定住性



3.2 定住意向

今後の世田谷区への定住意向を聞いたところ、「住みたいと思う」(78.8%)が8割近くとなっている。「あまり住みたいとは思わない」(3.3%)と「住みたくない」(0.7%)を合わせた《非定住意向》(4.0%)は1割に満たない。

表2-3 定住意向

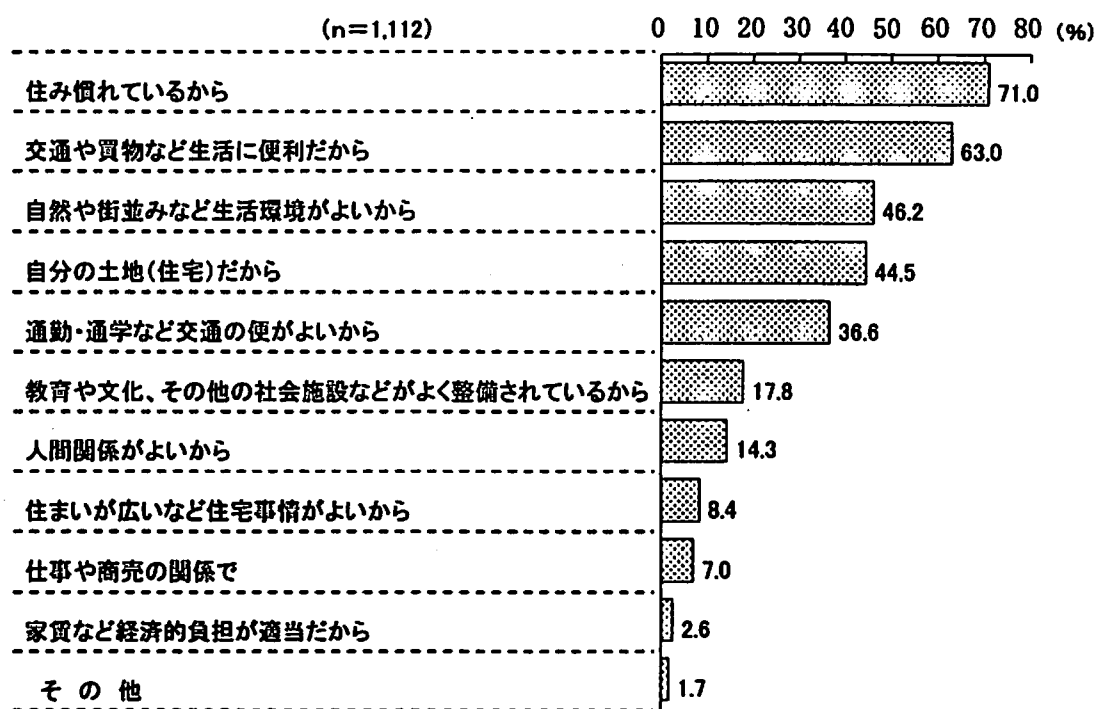


3.3 定住意向理由

今後も世田谷区に「住みたいと思う」と答えた方(1,112人)に、その理由をきいたところ、「住み慣れているから」(71.0%)が7割を超え最も多く、以下、「交通や買物など生活に便利だから」(63.0%)、「自然や街並みなど生活環境がよいから」(46.2%)、「自

分の土地（住宅）だから」（44.5%）、「通勤・通学など交通の便がよいから」（36.6%）などと続いている。

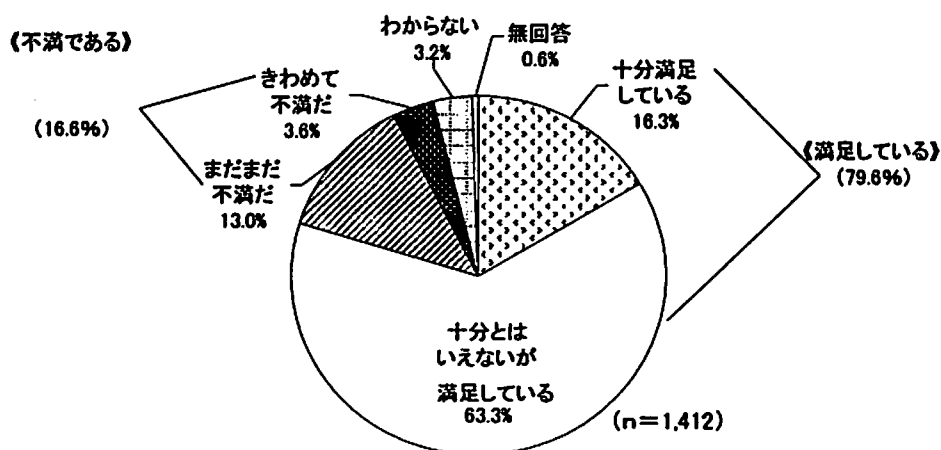
表 2-4 定住意向理由



3.4 暮らしの満足度

現在の暮らしについてどのように思っているか聞いたところ、「十分満足している」（16.3%）と「十分とはいえないが満足している」（63.3%）を合わせた《満足している》が79.6%と8割となっており、「まだまだ不満だ」（13.0%）と「きわめて不満だ」（3.6%）を合わせた《不満である》（16.6%）を大きく上回っている。

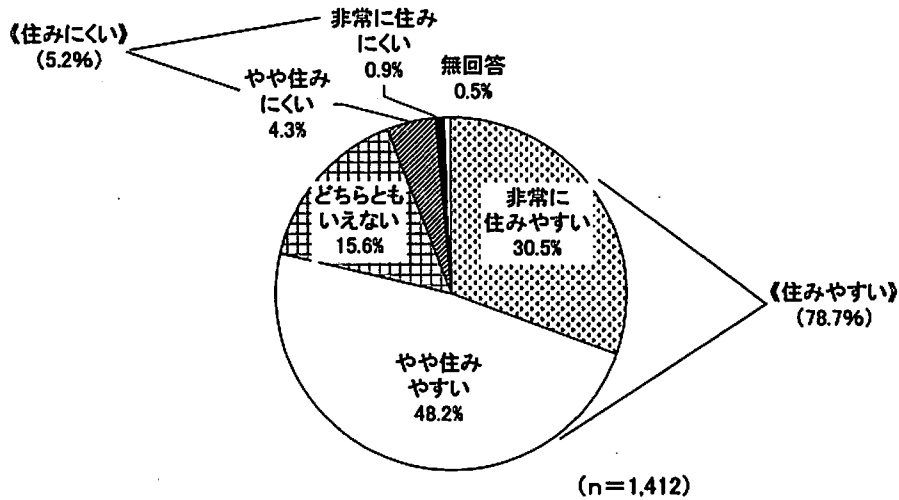
表 2-5 暮らしの満足度



3.5 住みやすさ

世田谷区の住みやすさについて聞いたところ、「非常に住みやすい」(30.5%)と「やや住みやすい」(48.2%)を合わせた《住みやすい》(78.7%)は8割近くとなっており、「やや住みにくい」(4.3%)と「非常に住みにくい」(0.9%)を合わせた《住みにくい》(5.2%)を大きく上回っている。

表 2-6 住みやすさ



区民意識調査の歴史は長く、過去の調査から興味深い結果を読み取ることができる。昭和46(1971)年に行われた「第5回区政世論調査」¹⁾によれば「世田谷区民としての自負をもつか」という問いに対して、60.1%の人が「持っている」と答え、「時々持つ」が16.4%、合わせると76.5%となっている。ここから区民が区への帰属意識をもっていたことが分かる。この「自負」の内容はともかく、「世田谷区民」としての意識が広範に形成されていたことを示している。当時の結果が直接現在の回答につながるとは言えないが、平成19年度区民意識調査の回答を見ると、定住性は中期居住者3~20年未満が3割を超え、長期居住者20~30年以上が6割近くとなっている。暮らしの満足度の回答は「満足している」(79.6%)約8割、住み易さ「住みやすい」(78.7%)約8割となっている。今後の定住意向の回答も「住みたいと思う」(78.8%)が約8割となっている。その理由は、「交通や買い物に便利」、「自然街並みなど生活環境がよい」、「通勤・通学など交通の便がよい」といった回答であり、世田谷区の印象は相対的に「住みやすいまち」と評価されている。これは、過去の歴史から推測しても、首都東京の「住宅都市」として先進的なまちづくりや、生活環境・福祉に関する行政施策を積極的に取り組んできた成果ではないだろうか。

¹⁾せたがや百年史編纂委員会, 1992, 『世田谷百年史 下巻』世田谷区。

第4節 「住宅都市」世田谷を象徴する先進的な施策

高度成長期がもたらした急激な都市化による影響は大きく、大気汚染、水質汚染、騒音公害など生活問題に深刻な影響を与えた。世田谷区は、長期的な展望に立った計画策定の必要性を痛感し、先取的な政策を打ち出すことが求められていた。次代を見据えた計画行政の始まりである。

4.1 安全安心のまちづくり施策

昭和50年代の世田谷区は、住宅都市としての地位を不動のものとしていく一方で、マンションの増加やミニ開発に伴う住環境問題の発生や地価の高騰、交通・下水道・公園・施設等の社会的基盤の整備など、さまざまな問題に直面していった。区では、昭和46(1971)年に策定された「世田谷区総合計画」にかかわって、以後の区政の将来方向を示す基本的指針となる「東京都世田谷区基本構想」を昭和53(1978)年6月に策定した。これを受けて、昭和54(1979)年を初年度とする「世田谷区基本計画—福祉社会をめざすヒューマン都市世田谷」が策定された。この計画は、区民の生活にかかわる環境を守り改善する。区民が安定し充実した社会生活を営むことのできる条件づくり。この二点に集約できるものであった。基本構想に基づくまちづくりは、都市基盤の整備、環境保全、文化の香りあるまちづくりなど総合的な観点から推進され、特に大きなプロジェクトとして防災まちづくりと市街地再開発が計画された。

いつの時代においても安全で安心して生活することのできる地域社会を築くことは、区民共通の願いである。このように昭和50年代には居住環境の整備や自然環境の保全などに取り組み住み心地のよい住宅都市世田谷が形成されていった。

また、平成14(2002)年には「安全安心まちづくり条例」の制定にともない、「安全安心まちづくり協議会」の発足、同15(2003)年には「24時間安全安心パトロールの実施」、同16(2004)年には「安全安心まちづくりカレッジの開催」や23区に先駆けて「危機管理基本マニュアル」を策定した。平成17年を初年度とする世田谷区基本計画では、今後10年間をとおして、区民とともに実現を目指す将来目標として、「魅力あふれる 安全・安心のまち世田谷」を掲げるなど、区民の生活を守る安全・安心への取り組みに重点が置かれている。

4.2 福祉・子育て支援施策

昭和50年代以降、社会構造の変化に伴って福祉の面でも従来型の社会保障・社会福祉諸施策だけでなく、多面的な政策が求められるようになった。また、老人医療費公費負担の廃止や健康保険制度の本人10割給付の廃止といった国の社会福祉施策の改革の影響は大きく、区はこうした状況に対応するべく新たな福祉のあり方を模索しなければならず、一方では国民の福祉への充実の要求は一層強まっていった。

昭和54(1979)年策定の基本計画では、福祉と保健・衛生の双方を取り込み総合福祉の観点から福祉施策が立案された。しかし福祉情勢の変化も速く、次々と新たな対応に迫られた。そこで福祉施策の見直しをすることとし、昭和55(1980)年に区及び学識経験者等福祉専門家で構成された「世田谷区福祉総合計画立案プロジェクトチーム」が結成され、その成果は「世田谷区総合福祉計画」として発表された。世田谷区総合福祉計画は、「縦割行政の排除と総合化の体制整備」「区民活動との連携と支援」を基本方針とし、社会福祉・

保健施策、地域の社会福祉・保健体制づくりからなるものであり、当時としては先進的な取り組みであった。また昭和50年代は、高齢者社会への対応も迫られた時期でもある。老人会館の設置などの老人向け施設を設置するとともに、老人福祉サービスの充実が図られた。昭和50年半ばには、ボランティアグループが協力した「給食サービス」や「ふれあいサービス事業」の実施など、昭和50年代の高齢者対策は、ボランティアをはじめとした住民の積極的な協力を得て実施された点が大きな特徴である。

近年では、少子化対策が叫ばれるなか、区では東京一子育てしやすいまちを目指しており⁸、こども・子育て総合センターの開設、子育てひろば、お子さん預かり「ほっとステイ」、世田谷子育てカレッジの開講、世田谷子育てテレフォン、子育てステーションの設置、病児・病後児保育の実施、産後ケアセンターの開設、さんさんサポート、妊産婦検診助成の拡充、中学生までの子どもの医療費の助成など幅広い子育て支援策を実施している。

4.3 先進的なまちづくり施策の数々

昭和30年代の高度成長は首都東京への産業の集中を促進した。昭和37(1962)年、世田谷区の人口は66万人に達し、同44(1969)年には世田谷区の人口は75万人を超える大都市となった。人口の増加とともに農地を宅地に転換した住宅地化が進み、賃貸住宅も増加の一途をたどった。都市部への人口集中は、公害問題やゴミ問題、自然環境破壊などを引き起こすなど生活環境にマイナスになる面も大きく行政による適切な対応が求められた。

昭和42(1967)年3月に発表された「世田谷区総合計画」は、「緑と太陽の文化都市」の実現を目標にしたもので、区独自で策定した最初の計画であった。昭和30年代以降の急激な都市化による世田谷区の変化と、今後の生活環境の悪化を予想した長期的な展望に立った計画であり、都市問題に対して対症療法的な対応でなく、まさに先取りの政策を打ち出したものであった。まさに世田谷区は、歴史的に見ても西の神戸・東の世田谷と言われるほど全国に先駆けた先進的なまちづくり施策を実践してきた。

表2-7 先進的なまちづくり施策

実施年	内容
1967年	緑と太陽の文化都市の実現を目標とした「世田谷区総合計画」策定 区独自の最初の計画
1971年	全国初となる「みどりの保全に関する条例」の制定
1979年	住民参加型のまちづくりで羽根木プレーパークの設置
1982年	・都市デザイン室を発足し、福祉のまちづくりのための施設整備要綱を制定 ・全国に先駆けて世田谷区街づくり条例を制定
1984年	せたがや百景選定
1984年～	せたがや界限賞の開催
1985年～	都市美シンポジウムの開催
1987年～	都市デザインモニターの実施
1988年	世田谷清掃工場煙突デザインコンペの実施

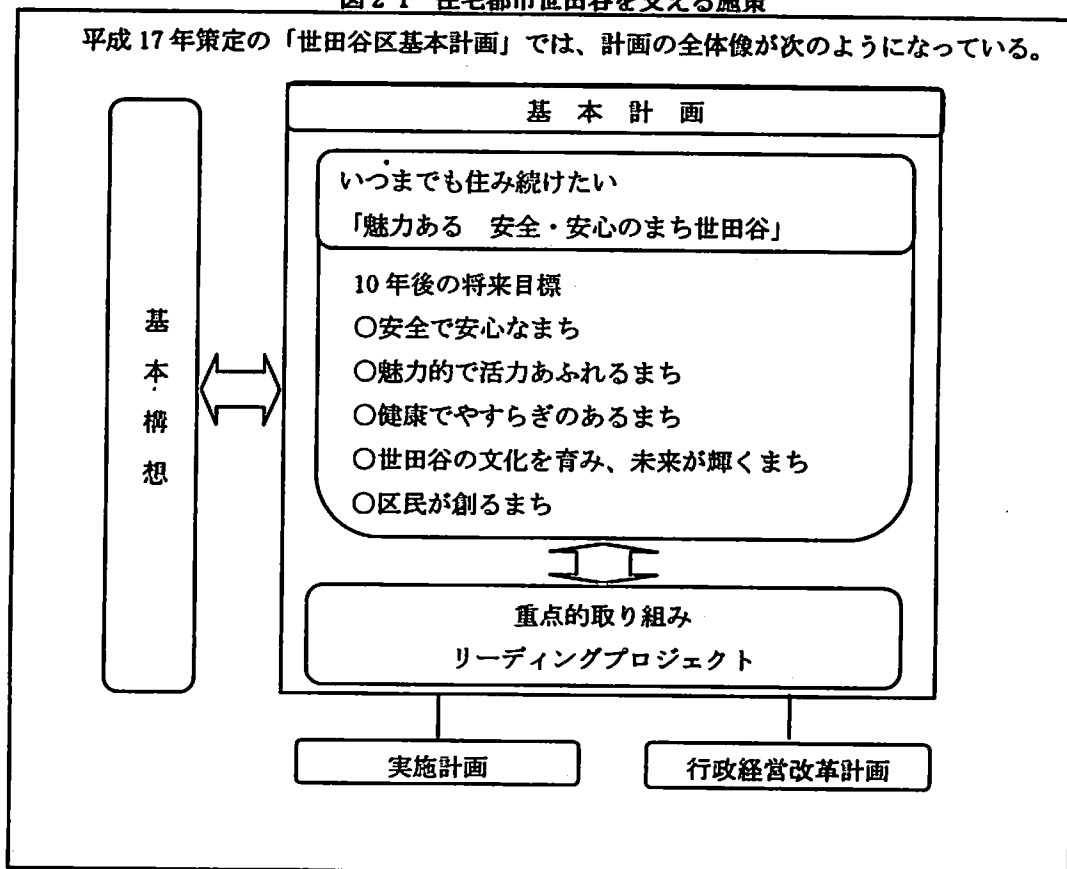
⁸区長就任挨拶, 2007, 『区のおしらせ(広報せたがや)5月15日号』世田谷区。

1990年	・世田谷区住宅条例の施行 ・希望が丘団地内にL S A ⁹ 付き高齢者向け住宅を開設
1991年～	百景ラリーの開催
1992年	世田谷まちづくりセンターを設立
1992年～	エコロジカルなまちづくり塾の実施
1994年	住民参加型のまちづくりによるねこじゃらし公園の開園
1995年	世田谷福祉いえ・まち推進条例の制定
1999年	風景づくり条例の制定
2007年	ユニバーサルデザイン推進条例の施行
2007年～	選定地域風景資産展覧会

世田谷区は 84 万区民を支える時代に応じた区民本位の施策の実施や充実に力を注いできている。住民にとって「住みやすいまち世田谷」と言っても過言ではないだろう。

そして、都心に位置しながらも多くの自然があり、その貴重な自然環境を守ること、望ましい生活環境を育み、地域の資源環境に配慮した環境と共生する社会を実現すべく住環境の整備に取り組むなど、ひとびとの生活と自然が調和し、いつまでも住み続けられるまち世田谷の実現に向けて、区民の目線に立ったきめ細かい施策に取り組んでいる。

図 2-1 住宅都市世田谷を支える施策



⁹ L S A ライフサポート・アドバイザー。

第5節 本章のまとめ

本章では、「世田谷のいま」として現在の世田谷がもつ魅力に多角的な接近をはかってみた。第1節で世田谷のもつ様々な地域資源について確認し、第2節ではその商業的な活用を、およびその効果ともいえる区外の人々が持つ世田谷へのイメージを「地域ブランド調査2007」をもとに検討を行った。

その結果、商品としての世田谷区を「売る」に際しては、都心に程近いにもかかわらず自然環境が豊かであるという側面や、多数の有名人が居住し、スイーツなどの消費文化を発信する、「高級感」のある「先進的」な住宅地としての側面が強調されていることがわかってきた。同時に、ライフスタイルや町並みの多様性への指摘があることも重要であろう。この多様性が商品としての世田谷に一意的な意味づけを与えにくくする一方、多様性自体を売りにするという戦略の存在を確認することができた。他方、ブランド総研によるランキングではそういった幾分にもファッションナブルな分野への評価よりも「教育」や「安全」などの分野で高位を獲得しており、区外の人々からは世田谷での「暮らし」の実際的な側面が評価されていることがうかがえる。

これらをふまえ、区民意識調査結果の再検討を通して実際に世田谷区に居住する人々がもつ世田谷に対する印象を整理したものが第3節である。そこでもやはり「暮らしやすさ」に対する評価が一様に高く、また第4節で見たように世田谷区の施策の数々も暮らしやすさをサポートする方向で打ち出されてきており、むしろ「先進性」として注目すべきは全国に先駆けて制定される種々の条例を生み出す、住民と行政との協働関係であるということもできるだろう。

以上のことから、世田谷の魅力を考察するためには、「高級感」や「先進性」などの商業的価値を生み出す土壌ともなっている、「多様性」と「暮らしやすさ」という生活の実際に即した部分に着目することが重要であろうと思われる。暮らしやすさに関しては本章の議論を通して住民と行政の間の協働関係が明らかになった。次章では、世田谷区が多様性がどのように獲得されてきたのかを探るため、世田谷の都市形成史に接近してみよう。

第3章 世田谷の成り立ち

第1節 歴史的地層から探る世田谷¹⁰

われわれが世田谷の特徴ないし魅力を捉えようとする時、しばしばその地域社会の多面性に困惑する。その表情が地域ごとにモザイク状に変化し、ひとつの「印象」「魅力」といったものでは括ることができないのである。本節では、現在の「世田谷区」の多面性を理解するために、世田谷の都市社会の形成過程を概観する。

端的に言えば、その多面性の要因は第1に、明治地方自治制の制定から大東京市成立までのめまぐるしい地域社会の再編に求められる¹¹。第2には、各時代・各地域に特徴的な機関が配置され、これらが多様な社会層を流入させたことが挙げられる。この都市形成過程が、人びとに世田谷の「多面的な印象」と同時に「まとまりの無さ」を感じさせる。これらの世田谷の歴史的地層を掘り起こすことで、各地域の特徴と魅力の源泉（＝磁/地場）を明確にする。この過程を通して初めて、複合的な世田谷の魅力を適切に明示することが可能になる。

表3-1 世田谷の都市形成と諸機関（世田谷区都市整備部都市計画課 1992¹²を基に作成）

都市形成の展開	特徴的地域と諸機関
2.1 1868-96年 明治期の近郊農村世田谷 近郊農村としての世田谷 近代化の歩みと世田谷の町村	【国民統治機関】 廃藩置県大区小区制で世田谷42村再編（多くは東京府荏原郡に属し、千歳・砧地域の村は神奈川県北多摩郡に編入） 市制町村制で6行政村に統合（世田谷・松沢・駒沢・玉川・千歳村・砧村）
2.2 1897-1923年 軍事機関立地と郊外電車開通 軍事機関の立地 郊外電車の開通／初期の住宅地開発 高等教育機関や新しい施設の進出	【軍事機関】 三宿・三軒茶屋 【交通機関】 明治40（1907）年玉川電社開通（東京市区改正事業による多摩川の砂利供給） ⇒新町住宅／太子堂府営住宅 【教育機関】 駒沢大学
2.3 1924-40年 関東大震災と郊外化のうねり 関東大震災と世田谷 交通機関の整備 成城学園周辺のまちづくり 玉川全円耕地整理事業 市街地建築物法等の制度適用 基盤整備事業の進展 都市計画街路網の決定 住宅地開発と生活基盤	【教育・住商・信仰機関】 関東大震災による東京からの焼けだし：成城町（牛込から教育機関と父母の分譲住宅）／太子堂・下の谷商店街（台東区下谷から）／烏山寺町（下町から寺院移転） 【交通機関】 目蒲線・東横線・大井町線開通（⇒二子玉川の宅地化） 【交通機関】 玉川電車：三軒茶屋駅付近に世田谷町営住宅建設
2.4 1941-49年 戦時統制と戦後混乱期 東京緑地計画と世田谷の大公園 戦時下の土地利用規制 統制令下の住宅事情	【軍事機関】 住宅営団・深沢3丁目住宅（エーダン商店街）
2.5 1950-64年 東京集中と市街地拡張 緑地地域指定／緑地地域の指定廃止・解除 軍事機関の跡地利用 東京オリンピック開催事業	【商業機関】 下北沢・三軒茶屋等の開市（戦後復興の空間的シンボリズムの表出）

10 地域に堆積した歴史を「地層」と表現した。

11 明治4年廃藩置県後、大区小区制で世田谷42の自然村は再編、多くは東京府荏原郡に属し、千歳・砧地域の村は神奈川県北多摩郡に編入。明治21年市制町村制で各村6つの行政村（世田谷・松沢・駒沢・玉川・千歳村・砧村）に合併。昭和7年大東京市成立で世田谷区が成立する。

12 世田谷区都市整備部都市計画課，1992、『世田谷区まちなみ形成史』世田谷区。

第2節 世田谷の歴史的地層

2.1 明治期の近郊農村世田谷（1868-96年）

江戸の末期、世田谷地域は42の村々に分かれ、その支配は天領・旗本領・大名領（彦根藩井伊領）、寺社領の4つに組み込まれていた（世田谷区都市整備部都市計画課1992）。世田谷各村は、渋谷宿・内藤新宿・世田谷宿に近い利点を生かして近郊農業を営み、多くの野菜・果実を出荷していた（佐々木2001¹⁴）。明治2（1869）年「府藩県三治の制」により世田谷は品川県と彦根藩領に引き裂かれる。明治4（1871）年廃藩置県で世田谷20村は東京府に属し、千歳・砧は神奈川県に編入される。さらに、明治政府は「大区小区制」を施行。これは、ムラ共同体を突き崩し、国家行政の能率化を図ろうとするものだった（世田谷区編1976¹⁵）。これにより、世田谷各村は右のように分割される。

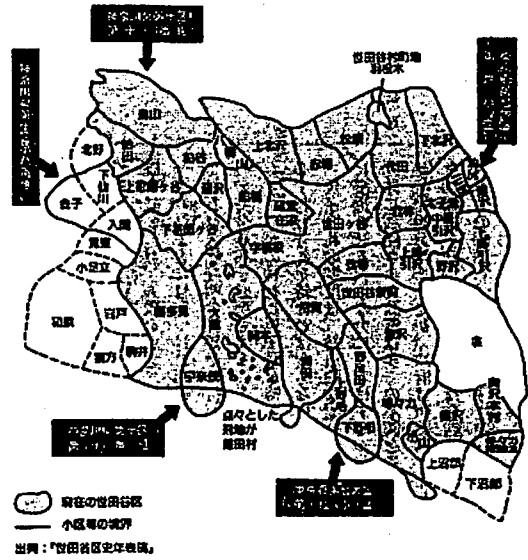


図 3-1 大区小区制時代の世田谷（高橋他1992¹³）

明治11（1878）年の「郡区町村編成法」は、大区小区制を廃止、旧来の町村を復活させるとともに、小村は連合村を形成することが求められた。後に世田谷区を形成する27村は東京府荏原郡に、砧・千歳地区13村は神奈川県北多摩郡に編入された（世田谷区都市整備部都市計画課1992）。明治21（1888）年、市町村制実施により町村合併。荏原郡は村々を世田谷村・松沢村・駒沢村・玉川村の4か村にまとめる。下北沢村や代田村は、経堂在家村・三宿村・太子堂村などとともに世田谷村に合併される。統合機関たる首都東京によるこのような地域社会の再編が、世田谷の社会的世界のモザイク模様を生み出したひとつの要因と言える。

2.2 軍事機関立地と郊外電車開通（1897-1923年）

明治30年代以降、統合機関たる軍事機関の移転、結節機関たる郊外鉄道駅の創設により、世田谷は近郊農村から都市へと次第に姿を変えていく。「東京市中の人口は、新しい都市づくりを目指す市区改正事業の実施、また日清・日露戦争を踏台とした都市産業の発達と相まって飛躍的に増加をしめしはじめていた。このことは、世田谷地域を含め

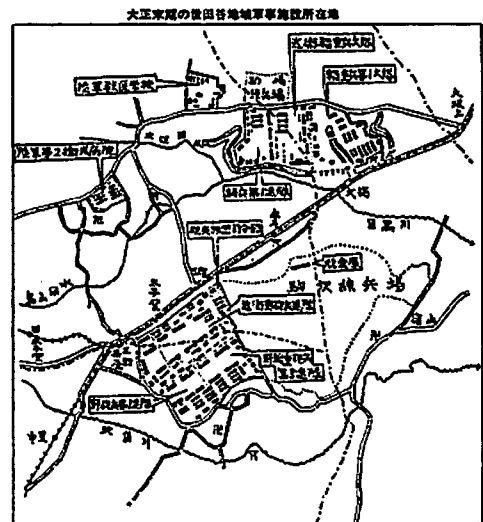


図 3-2 軍事施設（世田谷区編1976）

13 高橋勇悦・園部雅久・川崎賢一，1992，『せたがや百年史』世田谷区。

14 佐々木隆爾，2001，「下北沢の歴史」『大都市の卸・小売業の現在と未来——若者のあふれる世田谷・下北沢商店街の分析』こうち書房。

15 世田谷区編，1976，『世田谷近・現代史』世田谷区。

た近郊農村地帯を都市人口の消費物資や労働力の供給基地として東京市の勢力圏に巻きこみ、この地域の農業の態様を変化させずにおこなった。しかし急激な膨張をつづける東京市は、次第にこの地域の農地を侵食しながらみずからの拡張を開始し始めた。軍事機関の移転にはじまり、交通機関の設置・拡充、これにつづく市民の流出は、好むと好まざるとにかかわらず、世田ヶ谷村に村から町への変化を課したのである」(世田谷区 1976:697)。

(1) 軍事機関の立地—三宿・池尻・太子堂・三軒茶屋・下北沢

1890年代、軍事機関が東京中心部から世田谷と目黒にまたがる駒場野に移転しはじめる。明治末には、三宿・池尻・太子堂・三軒茶屋に軍事機関が集中。三宿には兵隊相手の商家も現れる。明治40(1907)年、玉川電車が道玄坂上-三軒茶屋、渋谷-玉川間を全通する(図1)。これにより、将校等が渋谷付近に屋敷を構え世田谷へ通う。このとき、下北沢・世田谷などに住居を持つ者が現れるのであった。

(2) 郊外電車の開通と住宅地開発—新町住宅・太子堂府営住宅・上野毛

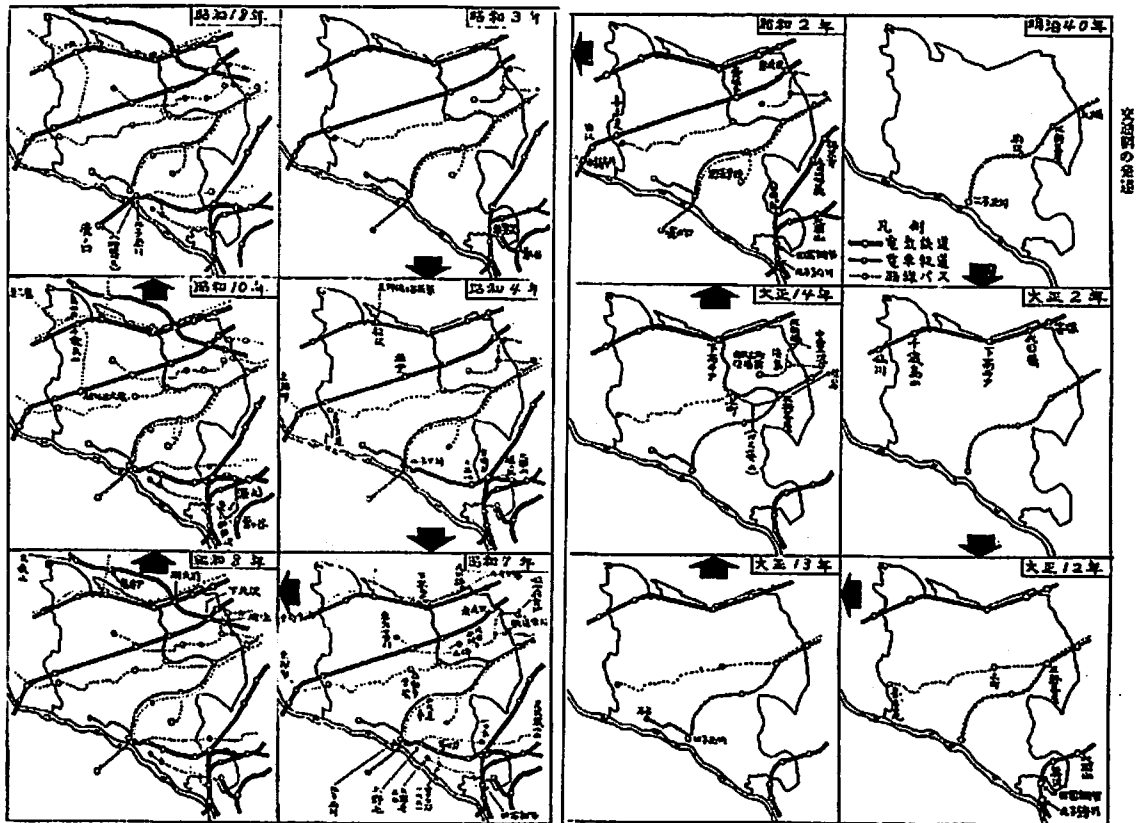


図 3-3 世田谷の交通機関の発達 (世田谷区 1976)

東京市内では「東京市区改正事業」が本格化しており、軍事機関の移転もこうした事業の進展が背景にあった。玉川電車も京王線も当初は「市区改正事業」に使う多摩川の砂利輸送用に建設された鉄道であった。大正元(1912)年に開発された東京信託株式会社の「新町住宅」は駒沢村深沢と玉川村下野毛にかかる山林・原野を切り開いた分譲住宅地であった。電鉄により電気の供給を受け電灯を使用、排水溝・浴場・商店等を配した文化住宅地として売り出された。中心街には1000本の桜が植えられたことが「桜新町」の名の由来となる。

大正期の都市化は住宅不足を招く。明治 9 (1921) 年には東京府住宅協会により公的住宅の先駆となる 140 戸の太子堂府営住宅が建設された。公設市場・児童遊園をそなえた本格的な公営住宅となる。さらには、多摩川左岸の「国分寺崖線」沿いに、岡本から上野毛にかけて華族・実業家・政治家等の別荘や邸宅が立地する。「高級住宅地としての世田谷」という空間的シンボリズムが発生していく。

明治 40 (1907) 年、徳富蘆花は新宿から 3 里にある千歳村粕谷へ転居した。当時は鉄道もまだ敷設されていなかったこの地で、蘆花は農作業にいそしみながら、その生活ぶりを書き始めた。そこには「東京の侵略」を目の当たりにした近郊農村の住民の社会的世界が描かれる。「東京が大分攻め寄せて来た。東京を西にさるたった 3 里、東京に依って生活する村だ。200 万の人の海にさす潮、ひく汐の余波が村に響いて来るのは自然である。東京でガスを使うようになって、薪の需用が減った結果か、村の雑木山がだいぶ拓かれて麦畑になった。道側の並木の櫟楡なぞ伐られ掘られて、短冊形の荒畑が続々出来る。武蔵野の特色なる雑木山をむざむざ拓かるるのは、儂にとっては肉を削がるる思いだが、生活がさすわざだ、致し方は無い」(徳富 1912¹⁶)。ここで描かれるのは「郊外化」の原初形態である。

2.3 関東大震災と郊外化のうねり (1924-40 年)

(1) 関東大震災と郊外住宅地世田谷

近郊農村だった世田谷では、大正 12 (1923) 年の関東大震災はそれほど大きな被害をもたらすことはなかった。しかし区域に与えたインパクトとしては、東京市内の中心部に勝るとも劣らない大きなものであったといえる。折からの東京市域の拡大に拍車がかかったことにより急速な宅地化の波が押し寄せてきた。すでに飽和状態に達していた市内の人口は、震災をきっかけとして急激に郊外へ、特に東京西郊に向かって流れはじめた(世田谷区都市整備部都市計画課 1992)。現在の世田谷区にあたる世田谷・松沢・駒沢・玉川・千歳・砧の 6 ヶ村を合わせた人口をみると、大震災前の大正 9 (1920) 年に 39,966 人であった人口が震災後の大正 14 (1925) 年には 87,965 人に、さらにその 5 年後の昭和 5 (1930) 年には 146,362 人へと激増している。「サラリーマン層も被災を機会に、『健康的』で『閑静』な、しかも都心部より家賃の安い市の周辺部や近郊に続々と居を移した」。「都心の業務地区、商業地区に対して、郊外の住宅地区化、ひと口に言えば都心と郊外の機能分化が進みはじめたのである」(世田谷区同)。この宅地化のうねりにより、「郊外住宅地・世田谷」は確立されていく。

(2) 成城学園周辺のまちづくり

大震災によって郊外へと移ってきたのは通勤者に限られていたわけではない。東京市内の牛込に校舎を構えていた成城学校も震災を機に郊外へ転出することになった。当時の成城学校長であった元東北帝大総長の沢柳政太郎は海外のキャンパスを念頭においた理想の学園都市を郊外につくろうと思いつく。同じく成城学校の主事であった小原国芳がこれに賛同して移転に向けた計画が開始される。この小原の活躍はまさに八面六臂というにふさわしい、成城を語る上で欠かせないものであった。

16 徳富健次郎, 1912 (1977), 『みみずのたはこと』岩波書店。

開発における成城地区の特色は、それが企業や行政といった専門集団の手によるものではないところにある。沢柳も小原も理想に燃える熱心な教育者ではあったが、町づくりに関しては全くの素人であった（藤見 1976¹⁷）。その彼らが、小田急電鉄の前身にあたる中央電鉄と交渉し、学園前に駅を建設する約束をとりつけ、地元の有志たちによる協力に後押しされて、それまで7軒の農家が点在するだけであった当時の砧村喜多見、現在の成城の地に学園の移設を決定したところからこの町の歴史がはじまった。ことに小原は「みずから測量し、図面を引き、地主との交渉にあたった」ともいわれる（高橋他 1992）。大正 13（1924）年には学園の父兄らも参加して成城学園後援会地所部が発足し、本格的に開発がスタートした。この成城学園が住宅地として成長してゆくうえで注目されるのが、「生垣協定」ともよばれる居住に際しての申し合わせである。土地分譲契約には騒音や煙害などを戒める近隣公害防止に関する一文が記された。さらに後援会地所部では板塀を廃し、生垣または石垣とすることが決められていた。この環境整備にあたっては、住民である民俗学者の柳田園男が積極的に活動したとされている。

(3) 大東京市成立

震災によって一層拡大した郊外化への対応が、世田谷地域の大きな課題となる。電鉄系の住宅地開発やさまざまな分譲地開発がみられ、三軒茶屋駅付近（図 3-5）等に町営住宅や同潤会の分譲住宅、低利資金貸付による公的住宅が建設された（世田谷区都市整備部都市計画課 1992）。そして、昭和 7（1932）年大東京市が成立し「世田谷区」が誕生する（図 3-4）。この時、千歳・砧村が世田谷区に編入され、現在の行政区画が完成する（世田谷区 1976 : 795）。

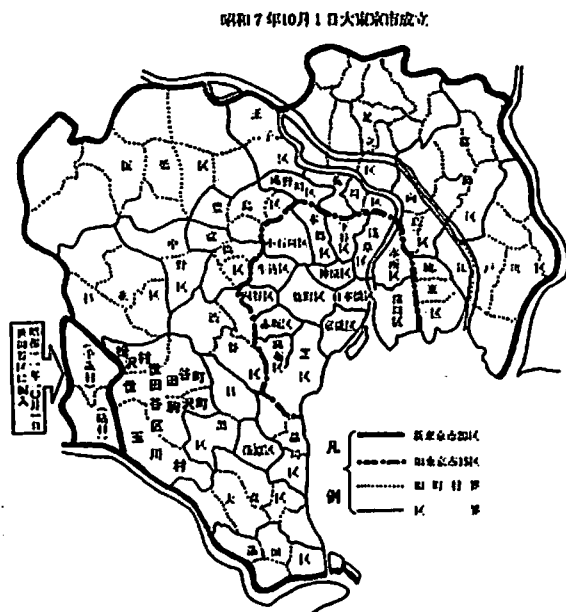


図 3-4 東京市と世田谷区の成立（世田谷区 1976）



図 3-5 昭和 11 年（1936）三軒茶屋
（世田谷区都市整備部都市計画課 1992）

17 藤見純子、1976、「成城学校の移転と学園都市の建設」世田谷区編『せたがやの歴史』世田谷区。

2.4 戦時統制と戦後混乱期（1941-49年）

戦時統制を次第に強め、やがて第二次大戦へと戦火に巻き込まれていく。都心や下町にくらべて空襲による家屋の損失は小さかった。しかし、世田谷でも住宅の2割を失う。戦中・戦後の混乱期における公的機関の住宅対策は、昭和16（1941）年に発足した「住宅営団」による住宅建設と東京都の住宅対策が注目される。住宅営団は、戦前は徴用工員のための住宅建設や、戦後もしくは応急簡易住宅の建設を担っていた。世田谷では昭和17（1942）年に計画されたエーダン中町住宅と、戦後の引揚者を対象として建設された深沢3丁目住宅の2カ所がみられる。深沢3丁目住宅は「駒沢町深沢区画整理第1工区」に位置した。図3-6のように、4戸1棟の棟割長屋を基調とした開発である（約3.1ha75棟330戸台）。1宅地平均規模が2.5-3.0間口で20~30坪宅地、4宅地が1単位の100坪街区を構成した小規模住宅の典型である（世田谷区都市整備部都市計画課1992:55）。この住宅地は、エーダン商店街（モール）へとその姿を変えていく。

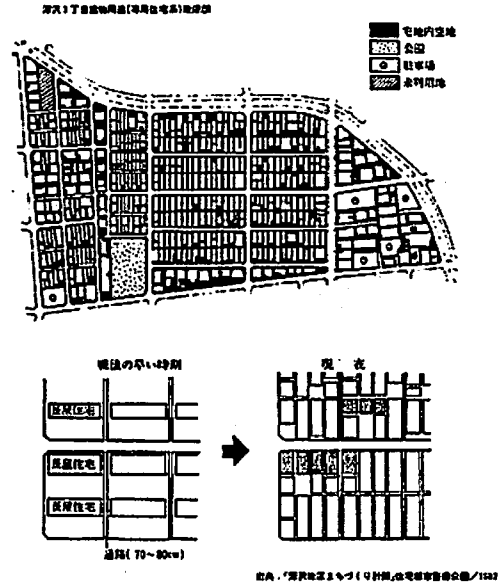


図 3-6 （世田谷区都市整備部都市計画課同）

2.5 戦後復興と住商都市世田谷の拡張（1950-64年）

終戦後、闇物資を口にしなければ餓死する状態が現出した（世田谷区1976:1076）。この食糧難のなかでは、三軒茶屋・下北沢の「市場」という機関がいつそう人びとを引き寄せた。世田谷区内に居住していた三好達治は三軒茶屋の闇市後の商店の復興をこう描写している。

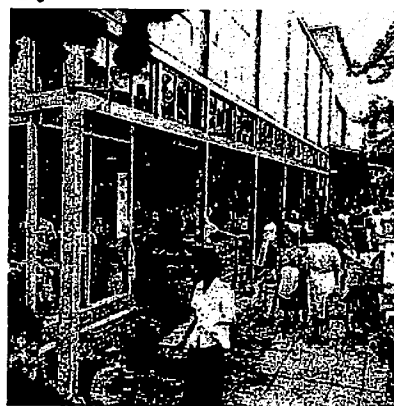
「橋を渡るとあたりはいつそう賑やかな盛り場になろうとする。店先はいつそう活気を呈して、おりからの暮色に電燈の光がけばけばしくきらめきはじめる。私はその小さな店先を一軒々々見比べるようにしながら、その先の玉川線三軒茶屋のあたりまでともかく出てみることにした。このあたり一帯はむろん戦禍を被って一度は灰に帰した区域である。だから繁華街とはいっても建物はすべてバラックの仮建築で、仕飾った店先の明るくはなやかなのも、文字通り表向きの見せかけなのが、高低参差不揃いな上に、見すばらしい側面などはまったくお話にならない。そんな破滅のあとのそんな復興街に、かいがいしく元気に働く商人たちの姿は、だからそのつもりで眺めれば事に屈せぬ頼もしい健気なもの見えぬこともない。そんな点でも日本人は元来が気軽な楽道家で、過去にも未来にも悔恨も執着も熱慮も計画も乏しい代りに、現在のその日その日を手もなく凌いでゆく適度な才覚と生活力とは身につけている、とも見うけられる。／私は三軒茶屋付近の庶民街に出かけるたびに、いつもこの才覚と生活力とのかなり旺盛なふんいきに、少しおかげさという、ある種の酩酊を覚えるのを常としている。この日もまたそうであった。この酩酊は安酒を強いられたような感でもあるが、私は必ずしもそれに向ってにわかに不満を訴えようとするつもりはない。メリヤス雑貨店、文房具店、金物店、薬種屋、昔

音器屋、毛糸屋、ピヤホール……等々、軒並みを見比べながら、この日も私はいつものそのふんいきから漂う何かの影響が、私の胸にせまってくるのを受けとった」(三好 1950¹⁸)。

このように市場は次第に闇から光へ、「戦後復興」の空間的シンボリズムを表出していく(図 3-7)。世田谷各地域で開市の風貌を残す商店街は、大資本により造られた商業地とは異なるノスタルジックな魅力によって人びとを魅了する。



図 3-7 下北沢南口商店街
昭和 25 (1950) 年北沢 2 丁目付近



昭和 27 (1952) 年
三軒茶屋 2 丁目区営小売市場
(世田谷区立郷土資料館 2007¹⁹)

第 3 節 本章のまとめ

本章では、われわれが困惑する多面的な「世田谷の魅力」を深層から理解するために、世田谷の都市社会の形成過程を見てきた。世田谷の多面性は、第 1 に明治地方自治制の制定から大東京市成立までのめまぐるしい地域社会の再編に求められた。第 2 には、各時代・各地域に特徴的な統合機関・結節機関が配置され、多様な社会層が流入したことが挙げられる。鈴木榮太郎 (1957)²⁰によれば「都市とは、国民社会 (=全体社会) における社会的交流の結節機関をそのうちに蔵している事により、村落と異なっているところの聚落社会²¹」と定義される (鈴木 1957 : 63)。「結節機関」とは、人・物資・資本・情報の社会的交流を結節させる機能を有する機関である²²。「国民社会における都市の空間的配列とその間の社会的文化的交流との関係はそのまま国民社会における都市の機能を表現している。国民社会の中心的存在としての首都を中央に、大中小の多数の都市が全国土のうちに万遍なくばらまかれている。社会的文化的交流は、末梢の極小の都市から順次上級都市に向い、最後に国の中央の首都に及んでいる。……中央より末梢に至る流れは、命令の流れ、統治の流れ、暴力の流れであり、文化の流れでもあり、保護の流れである」(鈴木同 : 52-3)。

鈴木曰く、都市では「機関と機関」「機関と人」「人と人」が結ばれる。各時代、各地域

18 三好達治, 1950, 『東京雑記——薄暮の新緑』『月の十日』講談社。

19 世田谷区郷土資料館編, 2007, 『1945-54 写真で見る戦後復興期の世田谷』世田谷区郷土資料館。

20 鈴木榮太郎, 1957, 『都市社会学原理』有斐閣。

21 聚落社会の定義は「共同防衛の機能と生活協力の機能を有する為に、あらゆる社会文化の母体となってきたところの地域的社会的統一」である (鈴木同)。

22 ①商品流布の結節機関 (卸小売商・組合販売部)、②国民治安 (軍隊・警察)、③国民統治 (官公庁・官設的諸機関)、④技術文化流布 (工場・技術者・職人)、⑤国民信仰 (神社・寺院・教会)、⑥交通 (駅・旅館・飛行場) ⑦通信 (郵便局、電報電話局)、⑧教育 (学校) ⑨娯楽の結節機関。

には「首都東京の諸機関」と世田谷地域を結ぶ結節機関・統合機関²³が配置された。大東京市に編成されていく過程で、文化圏の異なる多様な旧村が「世田谷区」として統合された。地域に配置された諸機関は、多様な社会層の人びとをこの地に引き寄せる。その機関を介して人と人が結ばれ、新たな地域社会が形成されていった。「世田谷」という田園と谷間に囲われた近郊農村は、軍事都市、文教都市、郊外住宅地、商業都市へと変貌していった。そこは、もはや「農村」でも「郊外」でもなく、人口84万の東京最大の「自立都市・世田谷」の様相を呈しはじめている。だが、ここまでみて明らかのように、都市が完全に「自立」することはない。全体社会や他の諸地域との関係を考えなければ、その地域の特質は見えない。

ある地域に人びとを魅き寄せる構造（仕組み）を、仮に「磁/地場」²⁴と呼ぶことにしよう。「世田谷の魅力を高めるまちづくり」に不可欠なことは、過去・現在・未来の世田谷の「磁/地場」の究明と提示である。そのためには、(1)歴史的に世田谷地域に集積した諸機関と都心・他都市の諸機関との関係、(2)地域の諸機関と区内/外の人びとの関係、(3)これら機関を介した人びとの関係で生まれる「社会的文化的交流」をより精緻かつ動的に調査し、明確に提示することが求められる。これが、来年度の我々の重要な課題の1つとなるだろう。

23 矢崎武夫（1963）は、社会的文化的交流をせしめる支配的機関をより直接的に「統合機関」として提示した。それは「政治・軍事・経済・宗教・教育・娯楽その他の組織を通じて、広範な地域と結合し、農村の余剰を時代や社会により異なった種々な形態で都市に吸収する」。主要なものは「律令の官僚機関、寺社、封建社会の幕府、藩の行政軍事機関、問屋商人、市場、寺社、近代社会の官僚機関、金融機関、会社、軍事機関、教育機関、宗教団体、問屋、市場、百貨店、専門化した大規模な商店、中央郵便局、中央駅、新聞・ラジオ・テレビ本社、大劇場等」などである（矢崎武夫，1963，『日本都市の社会理論』学陽書房）。

24 元来「磁場」とは磁氣的現象を物理的に記述する概念であるが、一般の文脈では「特定の個人集団・空間・行為などがもつ吸引力とその影響」といった意味を付与されることが多い。都市社会学で使用される場合、奥田道大が引用している成田孝三の「磁場」の比喩（奥田道大，2004，『都市コミュニティの磁場』東京大学出版会）が想起される。一方、同じ都市社会学のなかで発展してきたパーソナル・ネットワーク論の脈絡では、松本康の〈磁場のがれ〉の比喩や、野沢慎司による地縁的・家族的ネットワークが個人の選択に拘束を及ぼす要因、「連帯性の強いネットワークが個人を（とくに他のネットワークの維持に関して）一定の行動に向かわせるような規範的な力を帯びている状況」としての「磁場」概念が存在している（松本康，1995，「現代都市の変容とコミュニティ、ネットワーク」『増殖するネットワーク』勁草書房、野沢慎司，1995，「パーソナル・ネットワークのなかの夫婦関係」同書）。そこでの磁場概念は個人の主体的な選択性を制約する要因として若干否定的なニュアンスを付与されているが、本報告書で使用する「磁/地場」の概念は「ヒト・モノを引き寄せるような『磁場』と『地場産業』という時の『地場』を掛け合わせたもの」として、「ある地域に人びとを魅き寄せる構造（仕組み）」と定義されるため、その指示内容としては成田や奥田のものに近いといえる。

第4章 世田谷の魅力を高めるために—20年度への問題提起—

第1節 19年度のまとめ

1.1 世田谷の「磁/地場」の追求

この章ではこれまでの議論を下敷きにして、来年度に実施が予定されている地域研究の事例調査に向けて候補地の選定を検討してゆく。

本年度の研究は、世田谷の姿を多面的に描くことによってその「魅力」に迫ろうとする試みであった。そのため、まずは世田谷の「いま」を描き出し、ついで現在の姿を生み出すに至った世田谷の歴史を紐解くというアプローチを採用した。

現在の世田谷区は、2章3節で明らかになったように、暮らしやすさという点では住民から一定以上の評価を与えられてきている。2007年度区民意識調査を再検討した結果からは、区民がもつ世田谷区への評価は第一に「暮らしやすさ」「住みやすさ」であり、住宅都市としての側面が強く意識されていることが確認できた。同時に、区民の暮らしやすさをサポートする数々の先進的な施策を用意してきたことが世田谷区の行政の特徴ともなっている。この暮らしやすさという長所を活かしながら、さらなるイメージアップを図ることによって住宅都市としての魅力を高めることが出来るのではないかという着想が本研究のスタートであった。この目的のためには、世田谷区がすでにもっている素材を掘り起こし、地域アイデンティを構成しなおす作業が必要となってくる。では世田谷の魅力の源泉となりうる、これらの素材はどこに求めたらよいだろうか。

2章のはじめに見たとおり、世田谷区は自然環境や歴史的背景に支えられた数々の地域資源をもっている。メディアなどで語られる世田谷はこのような数々の地域資源に恵まれた実に多面的な魅力を備えたまちとして紹介されていた。しかしそれらはあくまで商業的な視野からの分析にとどまらざるを得ないという限界から、「住宅都市」という世田谷の背骨にあたる部分は後景にしりぞいていた。そこで強調されるのは環境面やライフスタイルなどにおける高級感や先進性といった、幾分にも表層的な面に重点がおかれている。我々の目的に照らしてみると、どうしても外面的な評価に終始している感がぬぐえない。生活の場としての魅力を高めるためには別の角度から接近する必要があるだろう。

そこで現在の世田谷区の魅力を空間に堆積した歴史の結果として捉えなおし、機関の集積という観点から世田谷の多層的都市形成をマクロに論じたものが第3章である。ここでは、中央である首都東京に統合されながら、近郊農村の各地域が軍事都市、文教都市、住宅都市へと変貌していく過程があった。この変貌のなかで、各時代の「世田谷」が持つ空間的シンボリズムが生まれていく過程をみることもできた。機関とその集積という視点を設定して歴史を読みなおすことで、郊外農村から住宅都市へという世田谷区の歩みを新たな枠組みで理解する道筋が開かれることになった。

こうして我々は世田谷の魅力について、過去から現在の流れを追いつつ様々な角度から検討を加えてきた。この検討を通して得られた知見は、魅力の源泉は「地域」とその歴史のなかにあるという方向に導いてくれる。第3章の議論で確認した通り、世田谷は区という行政区域のなかに、成り立ちを異にする幾つの特徴的な区域を抱えている。それは何より生活の場であり、積み重ねられた歴史の舞台でもある。それらの個性的な地域はそれぞれに独自の来歴や特色をもちながら、お互いの特徴を消しあうことなくゆるやかに共存しており、全体として「世田谷」というひとつの渾然一体となったイメージを構成してい

るところに世田谷区の特徴が存在している。この多様性は、同時に各地域の中でもみることが出来る。様々な社会的背景をもち異なった社会層に属する人々が、限られた空間のなかで重層的に生活を営んでいることが各地域の特色につながっているのである。この「なめらかな多様性」こそが、世田谷の魅力を高めるための素材として重要な役割を担いうると言ってよいだろう。したがって、豊かな個性をもつ多様な生活の場としての地域を具体的に分析することが必要となってくる。

このとき有効な分析軸となるのが「機関」とその集積の視点だといえよう。世田谷区内の特徴ある地域には、それぞれの歴史にもとづき、重層的構造に支えられた、単なるベッドタウン的な住宅都市の範疇を超えた生活の舞台としての魅力が存在している。それら各地域の重層的構造が織り成す、機関と機関、人と機関、そして人々相互の「社会的文化的交流」を丹念にあとづけることによって、世田谷の「磁/地場」の構造をあきらかにし、特定地域の魅力を高めるだけでなく、区内の他地域にも適用可能な施策に結びつけることが本研究の最終的な目標となる。

1.2 世田谷の魅力と政策科学としての都市社会学

すると「世田谷の魅力を高めるまちづくり」研究の進む方向としては、世田谷区を代表する特徴的な地域を取上げ、そこに暮らす人々がどのように相互の関係を取り結んでおり、それがどのように地域の特性としてあらわれているのかを明らかにしてゆくことになる。そこでは、政策科学としての都市社会学が求められる。

社会学者の玉野和志は、政策形成に対する都市社会学の貢献について次のように述べる。「政策的に整備・誘導された集合財や個別の民間企業が提供している消費財のあり方が、都市住民の社会的世界の構成にどのような影響を与えるか。「人々にさまざまな生活の機会や用具を提供する商店やサービス業の事業所が、どのように空間的に配置されているかによって、当該都市の社会的な構造がどのように影響されてくるか。「経済的な諸機関の住民生活との関係に関する社会学的な調査・研究はほとんど看過されてきたといってよい。重要なのは「(行政的空間計画の) 青写真のうえに、現実の都市住民の社会的世界の構造を重ねてみることである。……われわれはそのような土地・空間の利用形態という具体的な側面を通して、社会構造の実態にもとづいた政策の提言や評価を受け持つ必要がある」²⁵。これは我々の研究目的とも合致するものであり、有益な指摘であるということができよう。

以下では、そのための対象として成城・下北沢・東深沢の3地域について検討を加え、来年度の調査展望としたい。

第2節 対象地域と展望

2.1 成城

まずは住宅都市世田谷を代表する区域として成城地区をとりあげてみよう。成城一帯は、関東大震災後に牛込より移転してきた成城学園の学園都市としてスタートを切っている。仙川と野川にはさまれ武蔵野の原野が広がるこの土地には、それまでわずか7軒の農家が

²⁵玉野和志, 2004, 「都市社会研究の技法」園部雅久・和田清美編『都市社会学入門 都市社会研究の理論と技法』文化書房博文社。

あるだけだった²⁶。大正 14 (1925) 年から開発がはじまったが、最初に完成した住宅は僅か4軒ほどにすぎなかった。同年4月には仮設の校舎ながら成城学園も開校にこぎつける。その後急速に街の整備がすすみ、当初は学園関係者のみが居住していた成城には、小田急線の開通によって都心に通勤するサラリーマンとその家族たちが流入してきた。大正 15 (1926) 年には小田急電鉄の駅北口を中心に「学校、病院、上下水道（上水道は成城学園水道利用組合が管理）、郵便局、商店、駐在所といった、生活に必要なものは大方そろそろ学園町ができあがった」²⁷。このとき住宅地創成にあたっての「生け垣と庭園設置の申し合わせが、その後の閑静な街並み形成と人的交流に大きく貢献した」といわれる²⁸。

さらに住宅地としての評価を高めたのは、昭和 5 (1930) 年に朝日新聞社が主催した朝日住宅展覧会であるとされる。これはのちに「文化住宅」の名で呼ばれることになる「新時代住宅」の設計を募集し、入選作を実際に建築・展示したもので、現在ひろく行われている建売住宅の先駆ともなった。昭和 7 (1932) 年には南口に東宝撮影所が完成し、有名な映画監督や俳優などが近隣に居住するようになったことも住宅街としての名声を高めていった。つまり成城一帯は開発開始から僅か 10 年足らずで現在につながる高級住宅地としての基礎をほぼ固めたことになる。

こののち戦後を通して成城は安定した発展を続け、その地位を不動のものとしていった。おそらくはこの時期に、成城という土地のブランド的な価値が確立したものと考えられる。住宅地の外側には錚々たる企業の大規模な社宅が建設されてゆき、周辺の大蔵なども取り込みながら現在の 1-9 丁目までの区画に拡大していった。ところが 1980 年代にはじまるバブル経済とその後の崩壊によって大企業の不動産は売却されることになり、大型マンションなどに姿を変えてゆくことになる。こうした流れをうけ、旧来の住民たちにより成城の町並みを守る運動が発生した。平成 14 (2002) 年には法人格成城自治会によって「成城憲章」が制定され、成城の町並み保存にむけての住民協定が結ばれることになった。そこでは緑地率をはじめ、地下利用の制限、相続や売買にあたっての土地の細分化の禁止など、成城という地域のイメージを損なわないために住民みずからが守っていく約束が取り決められている²⁹。成城という町に対する人々の誇りや愛着が、「成城」という地名にさらなるシンボリックな意味を持たせるための具体的な活動となってあらわれているのである。この活動を先行事例として、住宅都市世田谷の魅力を高めるために活用することは十分に意義があるといえるのではなかろうか。

2.2 下北沢

(1) 雑居型商店街、高級住宅街、70 年代若者文化の共存

右図のように、下北沢の人口が急増するのは、京王線と小田急線が結節した昭和 8 (1933) 年以降のことである。2 章 1 節で見たように、近郊農村であった下北沢は、軍事施設に通う将校屋敷、戦後闇市、俸給生活者の住宅地として発達してきた（表 4-1）。

²⁶村田裕志, 2006, 「成城の人と歴史・寸描」日本認知科学会第 24 回大会講演記録。

²⁷世田谷区都市整備部都市計画課, 1992, 『世田谷区まちなみ形成史』世田谷区。

²⁸せたがや百年史編纂委員会編, 1992, 『せたがや百年史 下』世田谷区。

²⁹法人格成城自治会, 2002, 「成城憲章」(<http://www13.ocn.ne.jp/~sei-jo/kensho.htm>)。

歴史学者の佐々木隆爾（2002）はこう述べている。「若者の街として本格的に発展したのはせいぜい30年前からのことであり、この『にぎわい』を持続させようとする人々は、顧客のターゲットを若者のみに絞ることはなかった」。「下北沢はこの地域に居住する人々が日常生活用品を求める街であり、ショッピングの街でもあり、アメ横的魅力を追う人々の街」である。ここに若者が参入、小劇場・ロックステージなどの要素を加えた。「歴史から知恵を汲み出すとすれば、このバランスを見落とさないことが重要」である。多くの評論家は、この地のニヒルでエロティックな雰囲気が最大の魅力となっていると主張するが、その考え方は、かつてこの地が精農・篤農家、つまり生産的の仕事をしている人たちのまちであり、また住民が町・街づくりをすすめるなどの歴史的年輪を積み重ねてきたことを忘れた議論である」。「商店街が文化の発信源としての個性を身につけた時点で、その街は広い年齢層の人々に愛され記憶されるようになり、その人たちの足を再度引き寄せる魅力をそなえるに至った」のだ³⁰。

(2) 下北沢の地場

われわれは、こうした複数の社会層を引き寄せた下北沢という都市をより精緻に分析する必要がある。右図は下北沢駅周辺の商店街マップと地域計画図を重ね合わせたものである。前述のように、下北沢駅は京王線と小田急線がクロスする結節機関となった時、人口が急増した。そこには雑居型商店街、高級住宅地、学生の下宿、1970年代の若者文化が集積していった。この稀有な土地の地場、言い換えれば統合する機関、社会的交流機関、空間的シンボルズを明確に捉えることは、「世田谷の魅力」を把握する上で重要な作業となる。

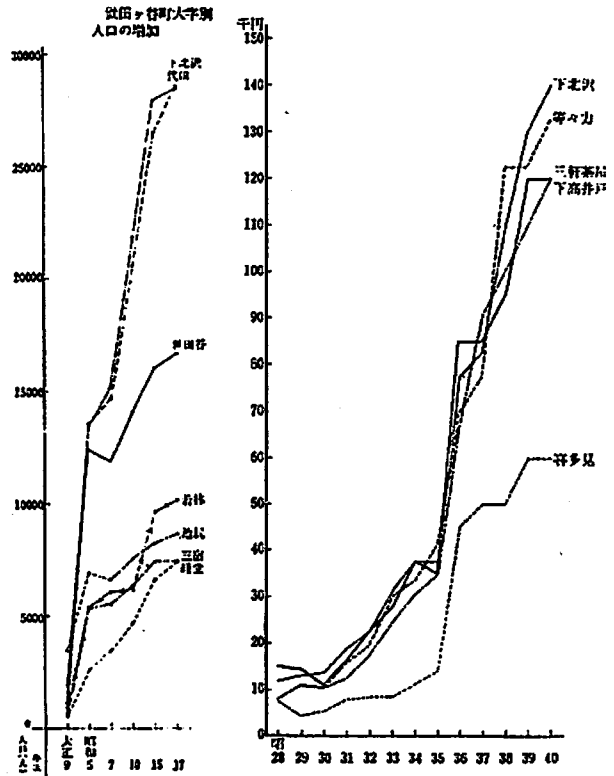


表 4-1 世田谷の人口増加（世田谷区 1976）

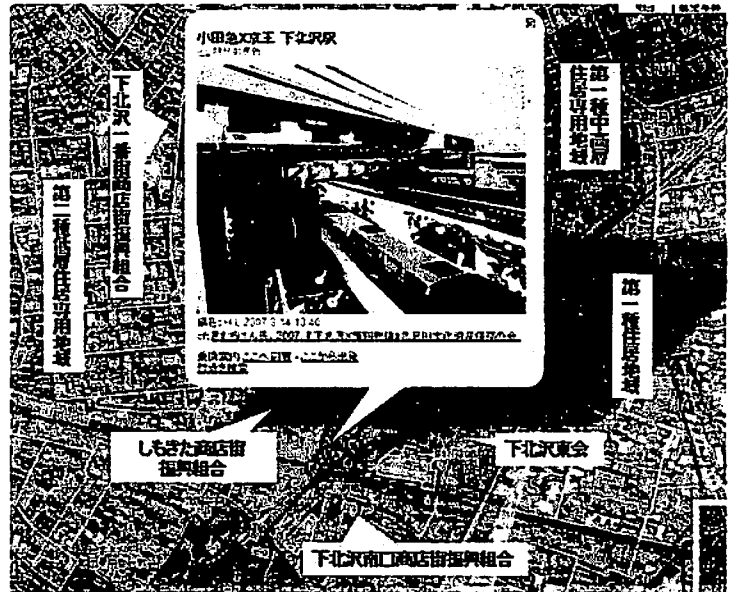


図 4-1 下北沢の都市空間

³⁰佐々木隆爾，2001，「下北沢の歴史」『大都市の卸・小売業の現在と未来——若者のあふれる世田谷・下北沢商店街の分析』こうち書房。

表 4-2 下北沢発達過程	
1626	江戸時代には下北沢村と代田村。天領から彦根藩領に。
1596 ～1614	大規模な土木工事。代田村や下北沢村で、宿場や街道筋を中心に酒造家・商家増加。両村では、渋谷宿・内藤新宿・世田谷宿などに近い利点を生かして近郊農業を営み、多くの野菜・果実を出荷。
1869	府藩県三治の制により品川県設置。下北沢は五番の親村に指定。この五番組には経堂在家・赤堤・松原・代田・若林・太子堂・上馬引沢・三宿・池尻・深沢・中馬引沢・下馬引沢・野沢・奥沢・池沢・等々力・下野毛・上北沢・裏・上目黒など。
1872	廃藩置県で、世田谷 20 ヶ村は東京府・神奈川県に移管。
1873	大区小区制：品川県他の管轄地も東京府に再編。下北沢・代田・池沢村など旧品川県の 17 村が第 7 大区 6 小区に組み入れ。
1878	三新法公布、大区小区制廃止。旧来の郡町村復活。
1888	市町村制実施。町村合併。荏原郡は村々を世田谷・松沢・駒沢・玉川村の 4 村にまとめる。下北沢・代田村は、経堂在家・三宿・太子堂村とともに世田谷村に合併。
1891	騎兵第一大隊が移転、駒沢練兵場開設。二つの練兵場とそのまわりには、司令部・兵営・病院・学校などが立ち並び、数万の兵士が駐屯し、将校も居をかまえる。兵営の集中した場所は世田谷村の池尻・太子堂や駒沢村の三軒茶屋周辺。下北沢・代田は大規模な兵士たちに食糧その他の商品や労力を供給するという位置関係。
1907	玉川電車（渋谷-三軒茶屋-玉川）開通-兵営群・郊外行楽客・通勤将校
1913	京王線（笹塚-代田橋-下高井戸-調布）
1928	京王線（新宿-八王子）多摩川で採取した砂利の輸送で収益。
1928	小田急線東北沢・下北沢駅設置。しかし、大量の住民を引き寄せる契機とはならず。
1933	帝都電鉄・井の頭線開通（渋谷-下北沢-井の頭公園-吉祥寺）。下北沢住宅開発、人口急増。小田急線開通まで世田谷・下北沢・代田の人口は平行して増加していたが、昭和 5（1930）年に下北沢がこれを抜き、同 15（1940）年には代田が下北沢に肩を並べる。関東大震災をきっかけとして流入したサラリーマン・労働者の通勤の足。渋谷と新宿の両ターミナルへの通勤に至便な住宅地として人気を高めた。小田急線は下北沢駅と経堂駅に急行を停車。農地が個別に住宅化。農道が道路化され、道が曲がりくねる。
1932	世田谷町・松沢村・玉川村・駒沢町統合、世田谷区誕生。
戦後初期	開市からの復興
1955 頃	区内や小田急・京王線沿線に多くの大学・短大が移転・新設。交通の便・安い・自炊に好適な下北沢に学生下宿。「若者の街」の側面を強く持つ。 世田谷区は「田園都市」「住宅都市」としての評価を高め、交通の便の良い下北沢に人口密集。この住民の需要が、駅前商店街を成長。下北沢周辺では 9 つの商店会結成。下北沢駅を起点とする複数の商店会と下北沢駅前商店連合会が作られた。
1960 年代	地価高騰、商店圧迫、集合住宅化。借地帯家料が高騰。商店のテナント料高、収益低下。住宅が小規模化、木造アパートが密集。商店も一戸建ちでの経営では採算を取りにくくなり、集合住宅化に拍車。
1964	東京オリンピックで馬事公苑や駒沢公園が会場となり、道路開発。それを契機に国道 246 号線・環 6・環 7 の全面開通が促進。世田谷通りの改修。長期的には交通事情を好転させたが、道路に接する商店街に打撃。下北沢付近、自動車道に面する場所で昭和 35（1960）年からの 4 年間で商店数 16.5%減。
1970 年代 初頭	1960 年代後半からベトナム反戦などを掲げて「ヒッピー」を名の若者たちが新宿・風月堂にたむろ。昭和 49（1973）年ベトナムで和平が成立、新宿・風月堂閉店。この若者たちが最初に移動したのは下北沢のジャズ喫茶だった。
1979	「下北沢音楽祭」開催：1980 年代には、下北沢駅を中心とする半径 200m 内に所在する商店 700 軒の内、半数は若者向けのブティックや喫茶店となる。「新興の若者の街」としては原宿、渋谷の公園通り、吉祥寺があったが、いずれも若者向けの種々の企画が大資本の手によりなされており、それを嫌った若者が下北沢に集まるようになり、ヤングの街として脚光を浴びてきた。「そこで、地元関係者が『下北沢文化の統一イ

	メージをつくりたい』と企画したのが昭和 54 (1979) 年の音楽祭であった。ジャズとロックを中心としたこの音楽祭に集まった若者は約 4000 人。「下北沢音楽祭は、『ヤング文化の街下北沢』のイメージを強烈に打ち出す役割を果たした」(せたがや百年史編纂委員会編 1992)。
1982	飲食店経営者・本多一夫氏が「本多劇場」を開設。本多氏はマンションを建て、劇場をつけ加え、本格的小劇場とした。これの刺激のもとに、昭和 59 (1984) 年「ザ・スズナリ」「屋根裏」「ロングラン・シアター」などの小劇場が活動。
1980 年代	下北沢はマスメディアの作り出す流行に抗して、文化を保持し発信する街に。新宿ではすたれたジャズ喫茶・ロック喫茶、リズム・アンド・ブルース専門店。マンガ雑誌『ガロ』や映画パンフレットかつての新左翼の著作をそろえた古書店。1960 年代文化や風俗に関心を寄せる人たちを捉えて放さない魅力をそなえた。

2.3 東深沢エーダン商店街

一方、世田谷には鉄道駅という結節機関に恵まれない商業地域もある。その 1 つが 3.5 で見た住宅営団・東深沢住宅＝エーダン商店街である。戦時統制と戦後の混乱期には、そこは「住宅国策機関」であった。「住宅営団(住宅経営財団)は、これまで本格的な歴史研究もなく国民の目に触れることもなかったいわば『幻の住宅国策機関』であった。住宅営団は、日中戦争の激化とともに戦時下の国民生活の安定を図る国策の一環として、より直接的には逼迫する軍需労務者用住宅を確保するために、わが国初めての住宅供給・住宅政策の国家代行機関として 1941 年 5 月に設立された。それはまた朝鮮・台湾・中国関東州にも設立され、住宅建設や住宅団地開発はもとより植民地文化政策の一翼も担った。そして戦後の 1946 年 11 月、戦争協力機関として GHQ によって突如閉鎖命令が下され解散した」³¹。

住宅営団の解散後、深沢住宅は「エーダン商店街」へと姿を変え、賑わいをたもっていた。しかし、モータリゼーションの進展、相次ぐ大規模小売店(サミット・紀伊国屋・西友など)の進出により、商店街の活気は失われている。この地域社会の再生を図るために、われわれは都市計画図に社会的世界の構造を重ね、その戦略を考える必要がある。さらに、この土地には、「幻の住宅営団」という空間的シンボリズムがかすかに残っている。「住宅営団は、華やかな建築遺産を数多く残した同潤会のように世間では必ずしも注目される存在ではない。しかし、戦後の住宅政策とりわけ公営・公団住宅などの集団的住宅建設・供給そして住宅団地開発に与えた影響の大きさは量り知れないものがある。『住宅政策の 1955 年体制』といわれる戦後住宅政策のルーツが住宅営団にある、といっても過言ではあるまい」(前掲書)。このシンボリズム・集合的記憶は、地域のアイデンティティとブランドとなる可能性を秘めているように思われる。

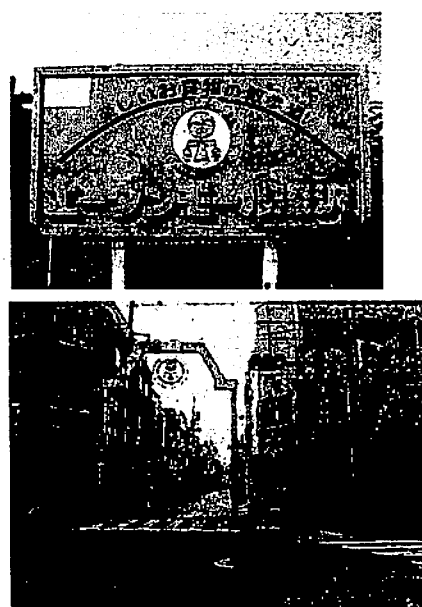


図 4-2 エーダンモール

³¹ 西山卯三記念すまい・まちづくり文庫編, 2001, 『幻の住宅営団——戦時・戦後復興期住宅政策資料 目録・解題集』日本経済評論社。

第3節 来年度に向けて

ここでは世田谷を代表する地域として成城・下北沢・東深沢を取り上げ素描した。

もちろん世田谷には他にも個性豊かな地域が数多く存在しているが、本研究の主眼である社会的文化的交流の様態をつかむためには、歴史の地層のうえに展開している具体的な地区を限定して焦点をあてる必要がある。そこで区内の住宅地・商業地から象徴的な地区をとりだし、住宅地の代表として郊外農村から国内有数の高級住宅街へと変貌をとげた成城を、また商業地の代表として戦後の闇市から成長し、若者文化の発信源となるに至った下北沢を、それぞれ選び出して歴史と特徴についての整理を試みた。そして最後に、住宅地の中に浮島のように存在している商業地であり、鉄道駅という結節機関によらずに形成された独特の形成史をもつ——それは世田谷区内の商店街のある種の典型でもある——東深沢のエーダン商店街に注目し、第3の代表例として検討の俎上にのせることになった。

これらの3地域から、来年度は1ないし2地点に絞り込んで詳細な地域調査を実施する予定である。調査にあたっては、第2章で述べた「磁/地場」という視座を中心に据え、地域に人びとを魅き寄せる構造（仕組み）を明らかにすることが主眼となる。これらの地域で生まれる社会的文化的交流を(1)歴史的に世田谷地域に集積した諸機関と都心・他都市の諸機関との関係、(2)世田谷の諸機関と区内/外の人びとの関係、(3)機関を介した人びと相互の関係、という三つの観点から解きほぐしてゆく。

時に、このような社会的文化的交流は、世田谷という土地・空間に象徴的価値や集合的感情のシンボルを表出させる。この空間的シンボリズムもまた人びとを魅き寄せる磁/地場となりえる。いずれの地域が最終的な調査地となるかは現在議論が交わされているが、いずれの地域の社会的世界も世田谷区の魅力につながる「磁/地場」を豊かに示してくれるものであるだろう。

3-2 「世田谷の魅力を高めるまちづくり」研究報告書

下北沢の地域社会と結節機関

目次

第1章 問題設定	124
第1節 研究目的	
第2節 研究視座	
第3節 先行研究と残された課題	
第2章 下北沢の現在——北沢2丁目の機関と社会層	128
第1節 ある新-自営業者層の情景	
第2節 北沢2丁目の機関特性	
2.1 機関の凝集性——「ごちゃごちゃした下北沢」	
2.2 機関の多様性——「ありとあらゆる機関」と「ありとあらゆる人々」	
2.3 下北沢の空間構造——「北」と「南」の店舗類型	
第3節 北沢2丁目の人口特性——「若者の街」下北沢の実像	
第4節 基礎データから見えてきた下北沢の魅力	
第3章 下北沢のはじまり（第1期 第2期）	136
第1節 下北沢の結節機関と地域社会の形成	
第2節 鉄道交差と「下北沢」の膨張—農村から都市へ	
第3節 下北沢の骨格	
3.1 非均質的景観・住・商の共存	
3.2 南北の商店街の差異	
第4節 下北沢のオリジンたち——下北沢一番街商店街（第1期下北沢）	
第5節 戦後闇市の「新しい」商店主——下北沢駅前食品市場（第2期下北沢）	
第4章 南口商店街（第3期）	142
第1節 戦後の商店街	
1.1 下北沢南口商店街	
1.2 南口商店街理事長	
1.3 学生街としての歩み	
第5章 「若者の街」下北沢——ある若手俳優の足跡（第4期）	146
第1節 「若者の街」の空間構造	
第2節 「劇場の街」の誕生	
2.1 本多劇場の集積	
2.2 映画俳優から実業家へ	
2.3 「下北沢演劇の立役者」へ	
第3節 小活	

第6章 一番街商店街の地域マネジメント（第4期）	149
第1節 バブル絶頂期の下北沢論		
第2節 一番街の商店街経営システム		
2.1 高学歴-都市自営業者層		
2.2 テナントオーナーを含む理事会		
2.3 商店街の加入促進策		
第3節 下北沢の「内」と「外」を結ぶ文化		
3.1 阿波踊りのために		
3.2 北沢音楽祭—子どもたちとバンドマンの交流		
3.3 シャッターギャラリー—アートと商店の交流		
3.4 おやじの会—新中間層と旧中間層の交流		
第4節 小括—商店街の存在意義		
第7章 下北沢南口の商店街マネジメント（第4期）	157
第1節 個人商店の減少と盛り場性の強化		
第2節 ショッピングプロムナード計画		
第3節 「シモキタ」の発見		
第4節 外部の力を取り込む		
第5節 落書き消し隊		
第6節 現在の「若者」とのかかわり		
第8章 下北沢の南北にみるマネジメントの違い（第5期）	162
第1節 歴史的経緯がみちびく対照的なマネジメント		
第2節 魅力を高める—「外から内へ」の南口・「内から外へ」の北口		
第9章 下北沢のこれから（第6期）	164
第1節 下北沢駅周辺地区 地区計画		
第2節 「演劇の街」創始者の声		
第3節 一番街商店街の声		
第4節 小田急上部利用計画		
第5節 小括		
第10章 世田谷の魅力を高めるために	169
第1節 下北沢の街づくり		
第2節 下北沢の魅力		
第3節 おわりに		

下北沢の地域社会と結節機関 —社会的文化的交流の過去と未来—

第1章 問題設定

第1節 研究目的

本稿は、「下北沢」という街（北沢2丁目周辺）を対象として、この街を支えてきた社会層とこの街に集積してきた機関を跡付けながら、住-商業地の構成を明らかにし、賑わう社会空間を創出するための手掛かりを得ることを目的とする。世田谷区は、重点的取組の1つとして「世田谷の魅力倍増プロジェクト」を掲げている。すなわち、「人々が集い、出会うにぎわいの核づくりを進め、新たな魅力を創造し、多様な人々が活発に交流する、一段と魅力的な『世田谷』を実現する」というものである¹（世田谷区政策経営部広報広聴課編2007:52）。このプロジェクトの実現に不可欠なことは、過去・現在・未来の世田谷のそれぞれの時期において地域に人々を魅きよせる、あるいは魅きよせてきた構造（仕組み）を明らかにすることである。

下北沢という街は「別格」ではない。後に見るように、そこはごく普通の農村であり、商店街であり、住宅地であった。世田谷区の商業経営・魅力・人を集積させる構造を解明しようとする時、世田谷で有数の都市空間の形成過程を軽視することはできない。当然ここで見いだされた構造（仕組み）をそのまま、世田谷区内の他の商業地へ適用できるわけではない。だが、現存する多様で複雑な諸社会層と機関の集積が発する「盛り」を生み出した過程をたどることは、世田谷という行政区域にも通底する都市社会形成のロジックを解明する一助となる。このような機関と社会の関係、都市計画と地域社会の構造の調査研究は、今後の下北沢の街の発展を考察する基礎資料となるだけでなく、中心市街地活性化策、観光振興策を考えるうえで重要であると思われる。

なるほど、「世田谷の魅力を高める」には、世田谷に存在する商品・サービス・観光資源を調査すると同時に、消費者のニーズを把握することが求められるだろう。だが、都市間競争が熾烈を極める現在、それだけでは世田谷のローカルな産業は、都心やグローバル市場に対抗することはできない。この地域に根ざした商品やサービスの背後にあるもの、すなわちそれらを提供する人々の歴史、生き方、文化的アイデンティティ、または彼らが生きる空間の構造とシンボリズムまでも捉えることで、はじめてこの土地の商品・サービスのオリジナルな魅力が浮かび上がる。彼らはどのような思いで、商業・サービス業を営んでいるのか。いかに地域社会を支え、生きているのか。これらをくみ取らない限り、生活支援拠点たる商店街の振興も、地域社会が主体となった観光まちづくりも不可能である。そして、そのような背後にある社会的なストーリーこそが、何よりの付加価値となるのだ。

第2節 研究視座

¹ 具体的には「人々が憩い集う核づくりの推進」世田谷の魅力を満載した産業の振興」「区民の力を活かした世田谷ブランドの魅力向上」が挙げられた。成果指標には「世田谷区に住み続けたいと思う区民の割合」が設定されている（世田谷区政策経営部広報広聴課編同）。

我々は、地域に人々を魅きよせる構造を「機関」と「社会層」の関連のなかで探求していく。下北沢の店舗の立地状況を論じた李東勲（2008）²の研究視座は、建築の視点から都市の「結節機関」論と「盛り場」論の融合をもって商業地を分析する点で示唆に富んでいる。「都市は人、物、情報が集まる場所であり、人と人、人と社会との交流の場を提供する。都市の魅力は多くの人が無数の接触を通じて作り出す盛り場性に見出される。人が集まる現象が生じるとき、都市の活気は具体的姿として表れる。人の集まる場所には商業施設が立ち並び、都市を体験できる空間が形成される。消費経済はこのような空間から発生したものである。店舗が密集しているほど、盛り場としての魅力は高まり、集客力も倍増する。都市の力はこのように人々を引き付ける吸引力であり、人は活気溢れる都市空間を歩きながら買い物をしたり、他人に出会って対話を交わす中で、都市を体験する機会を得る。そうした意味で人文化、交流の結節点として商業集積地の盛り場的役割は非常に重要であり、消費のための空間であるとともに、日常から離れて都市の活気を体験できる場所として位置づけられる」（李 2008）。

だが、旧来の建築・都市計画の分野における盛り場・商業地の研究は、当然ながらその機関の空間的な配置や構造の分析に焦点が当てられる。そのため、その地域の空間構造と社会構造の関連を捉えながらも、そこに生きる人々の社会的世界、都市の「体験」「盛り」といったものが零れ落ちてしまう傾向があるように思われる。じっさい、李自身も次のように述べている、「商業施設の立地状況に焦点をあわせているが、集客に貢献している文化施設は対象から除外しているので、それらを含めた総合的評価と心理的側面からの接近による研究の補完が求められる」（李 2008）。

よって、本稿では、第1に、商業機関の立地や政策的に誘導された機関の配置というハード面からの考察に加え、そこに住み、通い、交流する人々の社会的世界、人と人との具体的な関係によって存立している領域、人々によって現実に生きられている世界を捉えることを試みる。そこでは主観的な意味やトータルな生活の過程が重要なのである。第2に、80年代以降の下北沢の結節機関のひとつは「劇場」という文化施設である。これらの新興機関が、下北沢という街にどのように生まれ、どのようなインパクトを与えたのか。旧来の人々とどのような関係を持つにいったのかを論じる。

第3節 先行研究と残された課題

歴史学者の佐々木隆爾（2002）は、「下北沢」の魅力を考えるうえで、農村期の下北沢村から形成された「歴史的年輪」を捉える重要性を訴える。「若者の街として本格的に発展したのはせいぜい30年前からのことであり、この『にぎわい』を持続させようとする人々は、顧客のターゲットを若者のみに絞ることはなかった。……下北沢はこの地域に居住する人々が日常生活用品を求める街であり、ショッピングの街でもあり、アメ横的魅力を追う人々の街」である。ここに若者が参入、小劇場・ロックステージなどの要素を加えた。

「歴史から知恵を汲み出すとすれば、このバランスを見落とさないことが重要である。……多くの評論家は、この地のニヒルでエロティックな雰囲気最大の魅力となっていると

² 李東勲，2008，「地域型商業地における店舗の立地状況に関する研究——下北沢の事例」『日本建築学会計画系論文集』73(625)日本建築学会。

主張するが、その考え方は、かつてこの地が精農・篤農家、つまり生産的仕事をしている人たちのまちであり、また住民が町・街づくりをすすめるなどの歴史的年輪を積み重ねてきたことを忘れた議論である。……商店街が文化の発信源としての個性を身につけた時点で、その街は広い年齢層の人々に愛され記憶されるようになり、その人たちの足を再度引き寄せる魅力をそなえるに至った」のだ。(佐々木 2001)

現在の下北沢の街のなかに「精農・篤農家、つまり生産的仕事をしている人たちのまち」の要素を見出すことについては留保が必要である。だが、「若者の街」として発展したのはせいぜい 1980 年代前後であり、それ以前に形成されてきた商店街という佐々木の指摘は極めて重要である。言い換えれば、少なくとも 80 年代以降の「若者の街」と戦前・闇市をへて高度成長期に形成された「都市自営業者の街」という社会的世界の絡み合いが、下北沢の魅力を形成している。これらの社会的世界の構造をより精緻に掘り下げる必要がある。戦前から居住する地付層、戦後に流入し生業をはじめた自営業者層、70 年代以降に流入し新たな文化を持ち込んだ「かつての若者層」、さらには「若者の街・下北沢」を求めておとずれる人々。これらの諸社会層が、いかなる思いでこの土地に関わってきたのか。それらの社会層間の関係はいかなるものか。という問題が我々に与えられた課題である。

(1) どのような機関と社会層の配置が「下北沢的なもの」を産み出しているか。(2) 下北沢の盛り、場所性、シンボリズムは、いかにして生まれたのか。(3) 政策的に整備・誘導された集合財や民間事業者により提供される消費財のあり方が、都市住民の社会的世界の構成にどのような影響を与えているのか。焦点となるのは、下北沢の街に大きなインパクトを与えた昭和 8 年の小田急電鉄と帝都電鉄の結節、さらに現在進行中の「連続立体交差事業」というこの鉄道結節の再編である。これらの機関の編成によって、この街の地域社会はどのように変化するのか。下北沢の社会空間構造が転機を迎えている今、これらの点を再考する必要がある。

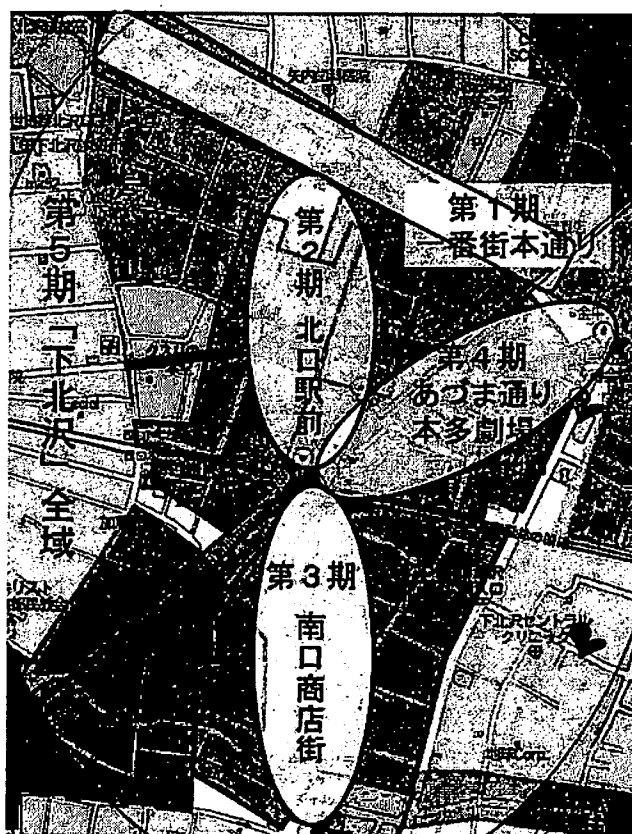


図 1-1 各期で焦点を当てる地域

表 1-1 下北沢の時期区分と社会層の累積

時期区分	特徴的な社会層と機関の動き
第0期 下北沢 ——戦前農村期	軍事機関の集積、高台に居を構える軍人・将校・政治家 兵士に食糧・商品・労力供給する農民層
第1期 下北沢 ——下北沢の結節	関東大震災（1923）を機に流入する商店主・上層新中間層 1927年 小田急線、1933年京王電鉄「下北沢」駅開業 1929年「東京北澤通商店街商業組合」結成
第2期 下北沢 ——戦後闇市からの復興	1945年敗戦、闇市からの復興—「北口駅前食品市場」 1946年「都市計画道路補助54号線」都市計画決定 1953年「南口商店街」設立
第3期 下北沢 ——商店街近代化、「若者の街」 の発地 (高度成長、新宿的なるもの)	北口から南口への重心移動 近傍の大学配置と下宿屋・大学生の集積 戦後流入したジャズ喫茶・演劇人・バー経営者・学生
第4期 下北沢 ——「若者の街」へ (学生運動の終焉、新宿開発)	新宿から流入した演劇人・音楽家 1979年「下北沢音楽祭」開催 1981年「ザ・スズナリ」1982年「本多劇場」開設 1990年「北沢タウンホール」落成
第5期 下北沢 ——商店街地域マネジメント (消費社会化、バブル崩壊)	新旧社会層の摩擦 1990年「北沢音楽祭」「下北沢演劇祭」開始
第6期 下北沢 (都市再生・都心再開発)	2003年「補助54号線」計画変更決定

第2章 下北沢の現在——北沢2丁目の機関と社会層

第1節 ある新-自営業者層の情景

下北沢の商店街において、経営主の土地と店舗を自己所有している者は3割弱であり、その他は職住が分離した経営者である。「下北沢南口商店街」は、「一番街商店街」に比べてその傾向が強く、新興商業地としての性格が強い(世田谷自治問題研究所1999年調査³)。ここに、下北沢に魅かれ、この街で書店を営む一人の新-自営業者層のまなざしがある。

「電車を降りると、騒がしくて小さな街の予感がする。階段を昇って改札を出ると、もう人間がごちゃごちゃして、妙な熱気が漂っている。でもまだ改札を出たぐらいじゃ、下北沢は始まらない。改札の左を少し歩くと階段がある。この階段には屋根がついている。そのために階段を上り下りする人間のほかには何にも見えない。階段を降りきってもまだ屋根があるから、なかなかどんどころだか判らない。ティッシュやチラシを渡すために迫ってくる人々を掻き分けて前に出ると、屋根が尽きていきなり視野が開けてくる。『暗』から『明』へ、って感じにパースペクティブが広がる。小さな時計台や『マクドナルド』、駅前劇場の入っているビルや宝くじ売り場が目飛び込んでくる。そしてそこにいる人間の多いこと多いこと。でもそれは、数が多いんじゃないんだ。種類が多いんだよ。金持ちや商店主、子犬を連れた奥様、らくだのシャツのお爺さん、生真面目なサラリーマンに不良の老婆、ベビーカーの赤ちゃんにタクシーの運転手、明日を夢見る小劇団の女優や無名のバンドのグルービーなんか、行ったり来たりたり、まったりしている。ありとあらゆる人種が、下北沢には密集している。それは鮮やかで賑やかで、しかも近しい光景だった。……とか何とか、駅から出ただけで胸をトキメカしている僕は、実は毎日ここに通っている。／僕の店があるのがこの街なんだ」(藤谷2007⁴)。



図2-1 下北沢駅南口駅前(2007.8.4 筆者撮影)

下北沢駅は世田谷区内にある鉄道駅の中で乗降客数が最も多く(平成19年東京都統計年鑑)、下北沢の住人だけでなく、下北沢を訪れる者、小田急線・京王線への乗り換え客で一日中賑わいのある駅である。下北沢駅には3つの改札があるが、どの改札を出ても、駅前

³ 1999年、小売店・飲食店の経営主を中心とした対象にした面接調査(世田谷自治問題研究所2001:67)。

⁴ 藤谷治, 2006, 『下北沢』 リトルモア。

から商店が軒を連ねている。現在、下北沢駅のある北沢2丁目には約400の商店があり、そこに約2500名が従業員として働いている(平成16年商業統計調査)。そして、下北沢は商業者の街だけでなく、北沢2丁目は面積0.185k㎡に1,637世帯、2,567人が住んでいる(世田谷区統計平成21年3月1日現在)。大正の初めから世田谷区全域にわたり、急激な勢いで人口が増加し、市街化が進んでいったが、この下北沢も同様に人口が増加してきている。

本章では、北沢2丁目という社会空間の地域特性を(1)そこに集積する「機関」の側面(2)そこに生活する「人(社会層)」の側面双方から分析する。

第2節 北沢2丁目の機関特性

2.1 機関の凝集性——「ごちゃごちゃした下北沢」

冒頭の新-自営業者層の目に映った光景、「ごちゃごちゃ」して「ありとあらゆる人種が密集する」下北沢は、いかに生まれているのか。人・物資・情報の結節機能をもつ機関を介して考察する。世田谷区北沢2丁目——茶沢通り・ピュアロード・地藏通り・鎌倉通り・一番街本通りで囲まれたこの平行四辺形を歪めたような独特の区画には、卸・小売、飲食店を中心に1,200の事業所が立地している。だが、三軒茶屋地域には、それを上まわる1,500以上の事業所が立地している。だが、1k㎡当たりの密度に換算すると、三軒茶屋地域は1927事業所であるのに対して、下北沢地域の範囲内には6,491事業所存在している(世田谷自治問題研究所同:38)。住宅街に囲まれたこの0.185k㎡の狭い区域に、事業所が凝縮されているのである。

前掲李(2008)は電子住宅地図データの建物情報から下北沢の商店立地を分析している。駅前大型スーパーや劇場等を除けば、街路に接する部分の長さは、ほとんどが10m以内の幅の建物である。店舗間口幅3~6mが大半である。間口が5m程度のとき、100mに15~20軒の店舗、両側には30~40程の店舗が並ぶことになる。こうした小規模建物のファサードの変化によって、街路にリズムが出ていると李は指摘する。また、店舗の売り場面積をみても、50㎡未満の「小零細店舗」が501軒、47.8%を占める。50㎡以上100㎡未満の「中規模店舗」は337軒で32.1%。100㎡以上「大規模店舗」は221軒で21.1%にすぎない。このように「小規模店舗の連続性」によって、商業街路の変化ある町並みが形成されている(李同:620)。この小規模店舗の凝集性が、下北沢の「ごちゃごちゃ」した街並みを生み出している要因の一つである。

2.2 機関の多様性——「ありとあらゆる機関」と「ありとあらゆる人々」

下北沢において最重要機関は鉄道駅である。下北沢駅は、小田急線で「新宿」と、京王井の頭線で「渋谷」と直接結ばれ、副都心とのアクセスが良い。さらに、小田急・京王線沿線地域(多摩・神奈川)を後背地としている。広域的にみれば、これらの地域の結節性が多様な社会層を魅きつける土壌となっている。このことは後の章で再考する。

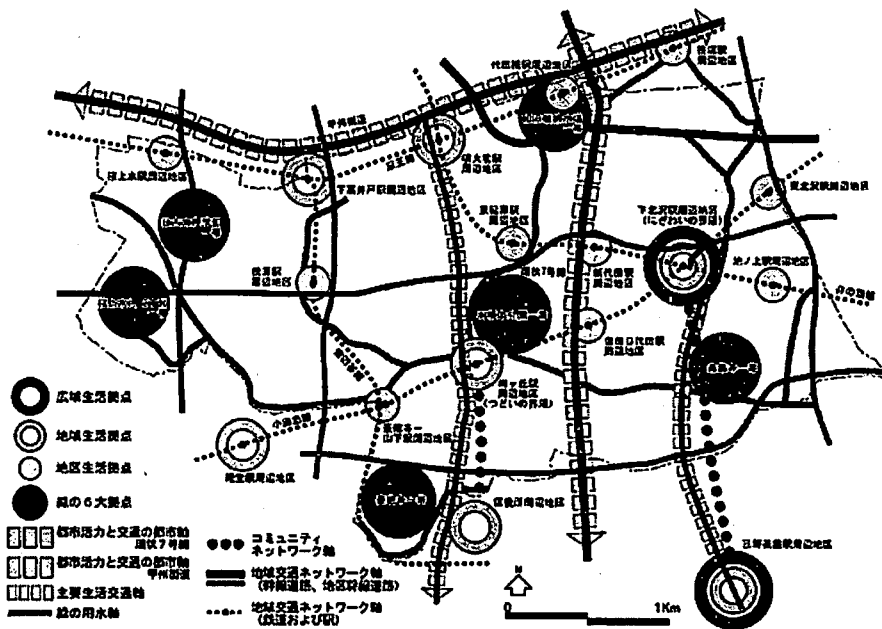


図 2-2 「北沢地域整備方針 地域の骨格プラン」⁵

境域的にみれば、「ありとあらゆる人々が密集する」には、「ありとあらゆる機関」の集積が必要である。逆に、「ありとあらゆる人々」が集れば、多様な機関が必要とされるという循環を生む。前掲した李は、2004年に現地調査を行い、下北沢の店舗属性を次の7グループに分類している⁶。ただし李は、下北沢の「専用ライブハウス、小劇場を含む文化施設も今回の調査では除外」している。(1) 開放型店舗：不特定多数の顧客を対象とするファッション・古着・古本・雑貨・アンティーク・アクセサリィ店など。出入り口を常に「開放」したまま商業活動が行われるケースが多く、街路が延長された感覚で気軽に店内に入れる。(2) 休憩型店舗：カフェ・喫茶店・ファーストフード店等、待ち合わせや、買物の間に「休憩」を求めていく店舗。(3) 飲み屋：居酒屋・バー・パブ・スナック等。(4) 飲食店：各国料理など多様な料理店舗。(5) サービス型店舗：美容室・理容室・エステ・日焼けサロンのように個人向けのサービスを提供する店舗。(6) 娯楽型店舗：パチンコ・カラオケ・ゲームセンター・麻雀のような娯楽を提供する店舗。(7) 近隣型店舗：主に「近隣住民」を利用対象とするスーパー・八百屋・精肉店・クリーニング屋・花屋・不動産等。

2.3 下北沢の空間構造——「北」と「南」の店舗類型

図 2-3 は、李が全店舗の分布を、類型別プロットしたものである。全体的には「開放型店舗」が 33.6% で一番多く、「近隣型店舗」が 18.9%、「飲み屋」17.3%、「飲食店」13.7% を占めている。(1) 北口周辺には「近隣型店舗」と「開放型店舗」が混在している。(2) 南口商店街には、ファッション、雑貨を中心とした「開放型店舗」が多く集積している。(3)

⁵ 世田谷区都市整備部都市計画課，2005，『世田谷区都市整備方針』（2005年3月修正）
⁶ 「2004年4月12日から28日の間に現地調査を行い、店舗の類型別に立地場所を地図上にプロットした。オフィス等の業務施設、学院、塾等の教育施設、病院クリニック等の医療施設は調査範囲に含まないこととした。（李 2008）。

小田急線と井の頭線交差する東側には、「飲食店」や「飲み屋」が多く並ぶ。(4)駅を中心に多様な店舗が集まっているが、中心街路から離れて、奥の路地に入っても、思わぬ場所に店舗が存在している(李同)。

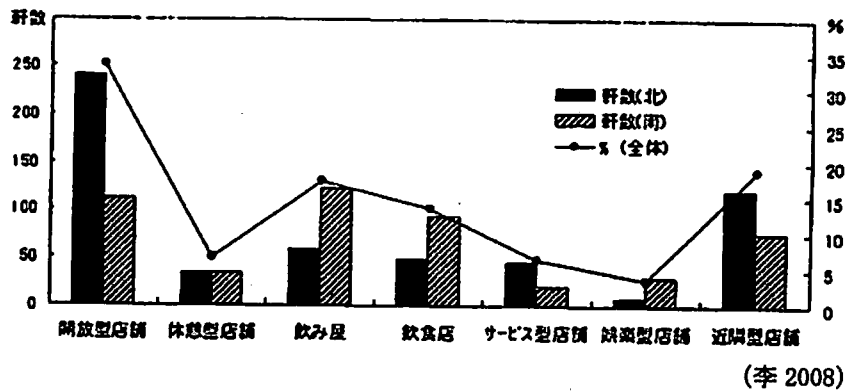


図 2-3 対象地の範囲と店舗の分布 (李 2008:621)

表 2-1 店舗の構成

*括弧内の数字は1階に立地する店舗を示す

類型	北ブロック		南ブロック		全体	
	軒数	%	軒数	%	軒数	%
開放型店舗	240(215)	43.1(46.3)	112(95)	22.8(26.5)	352(310)	33.8(37.7)
休憩型店舗	34(31)	6.1(6.7)	35(32)	7.1(8.9)	69(63)	6.6(7.6)
飲み屋	59(37)	10.6(7.9)	122(64)	24.8(17.9)	181(101)	17.3(12.3)
飲食店	49(38)	8.8(8.2)	95(74)	19.3(20.6)	144(112)	13.7(13.6)
サービス型店舗	46(25)	8.3(5.4)	21(12)	4.3(3.3)	67(37)	6.4(4.5)
娯楽型店舗	8(4)	1.4(0.8)	30(12)	6.1(3.3)	39(16)	3.6(1.9)
近隣型店舗	121(114)	21.7(24.5)	77(69)	15.7(19.3)	198(183)	18.9(22.3)
計	557(464)	100(100)	492(358)	100(100)	1049(822)	100(100)



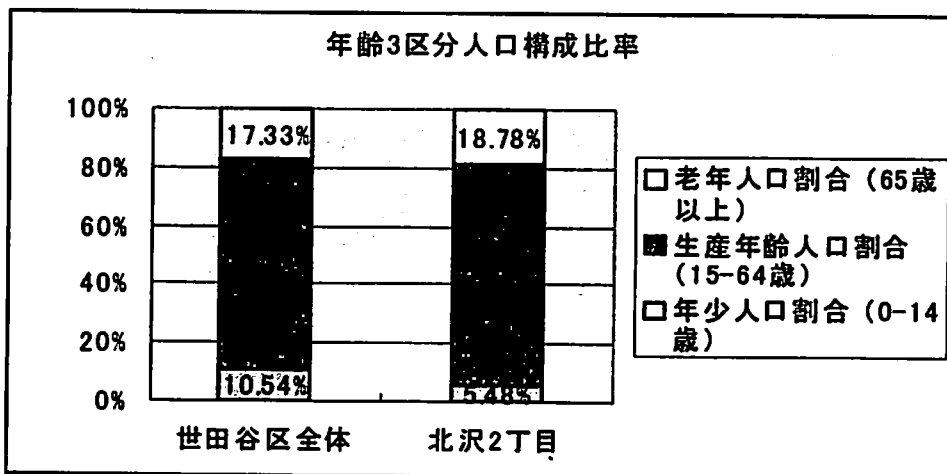
小田急線を基準に領域を「南ブロック」と「北ブロック」に分け、店舗の類型比率を見たとき、南北の社会空間の差異がはっきり現れる。街路に接した1階に立地する882店舗で見ると、「南ブロック」には、「開放型」(26.5%)、「飲み屋」(24.8%)、「飲食店」(19.3%)が多い。これに対し、「北ブロック」には「開放型」(46.3%)、「近隣型」(24.5%)が多いのが特徴である。「南ブロック」の場合、「開放型」が一番多いが、「近隣型」「飲み屋」「飲食店」がそれぞれ20%前後の割合で分布されており、「北ブロック」に比べ、多様な種類の店舗で構成されている(李2008)。

たしかに、李が述べるように「近隣型店舗が多いことは、下北沢の特徴」であり、「下北沢は若者向けの新しい業種の店舗が立地しながらも、既存の商店街の構造を維持している」といえる。しかし、「既存商店街の構造の維持」とは、駅北側についてこそ言えることは強調されるべきである。先の「南は北より多様な店舗で構成されている」という事実も、逆に言えば、駅北側では、既存商店街が維持されているのに対して、駅南側では「若者向けの新しい業種の店舗」によって、「近隣型」の既存商店街が変化してきた結果だとも考えられる。この南北の商店街の差異は、後の章で社会的世界レベルにおいて把握されるだろう。

第3節 北沢2丁目の人口特性——「若者の街」下北沢の実像

若者の街といわれる下北沢だが、現在住んでいる住民も若者が多いのであろうか。そこで居住者に着目し、年齢3区分の人口構成割合(年少人口割合、生産年齢人口割合、老年人口割合)を世田谷区全体と北沢2丁目とを比較してみた表が表2-2である。

表 2-2 国勢調査からみる年齢3区分人口構成割合

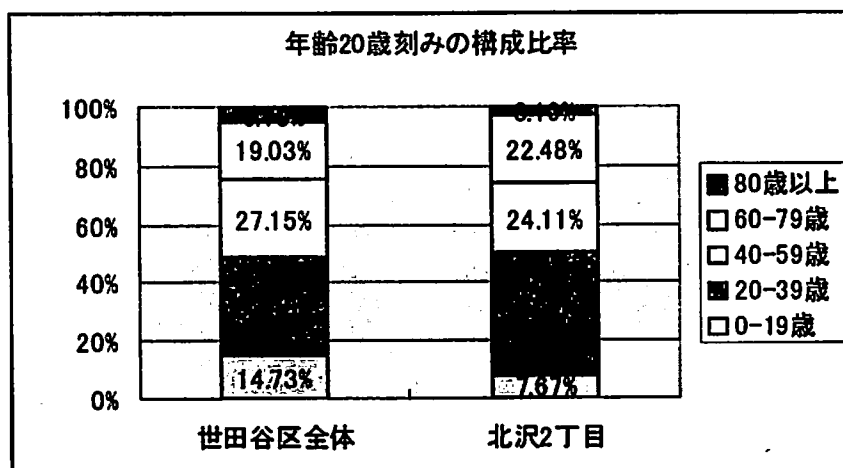


	年少人口割合 (0-14 歳)	生産年齢人口割合 (15-64 歳)	老年人口割合 (65 歳以上)
世田谷区全体	10.54%	72.12%	17.33%
北沢 2 丁目	5.48%	75.73%	18.78%

(平成 17 年国勢調査より)

北沢 2 丁目は、生産年齢人口割合と老年人口割合をあわせると約 95%を占めている。また、世田谷区全体と比較すると、北沢 2 丁目の年少人口割合が小さいことが特徴として表れている、しかし、この年齢 3 区分の人口構成割合では「若者の街」としての特徴を捉えるには十分とは言えない。そこで、年齢を 20 歳刻みで人口構成割合を比較してみた表が表 2-3 となる。

表 2-3 世田谷区統計からみる年齢 20 歳刻みの構成比率



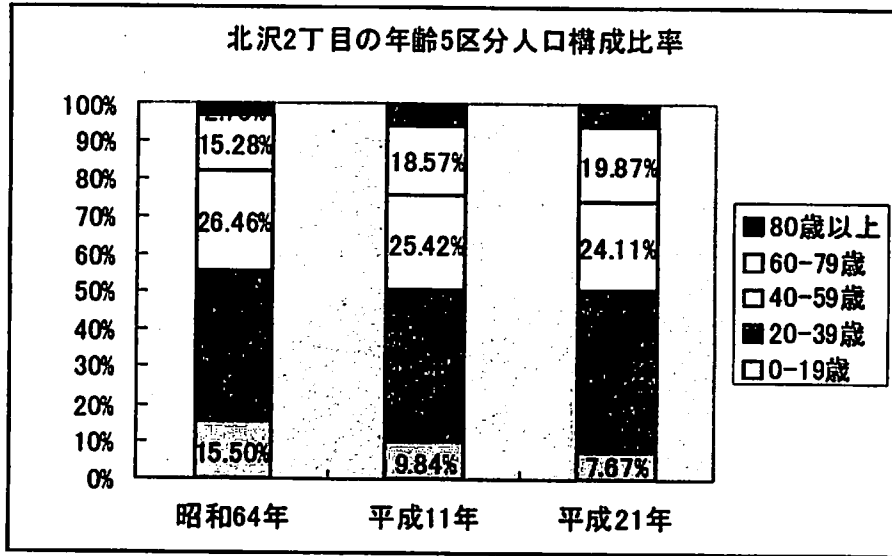
	0-19 歳	20-39 歳	40-59 歳	60-79 歳	80 歳以上
世田谷区全体	14.73%	33.95%	27.15%	19.03%	5.13%
北沢 2 丁目	7.67%	42.59%	24.11%	22.48%	3.19%

(世田谷区統計平成 21 年 3 月 1 日)

表 2-3 を見ると、世田谷区全体と北沢 2 丁目を比べると、0-19 歳、20-39 歳の 2 つの区分で大きな違いが見られる。0-19 歳は世田谷区全体と比較すると、北沢 2 丁目は構成比率が非常に小さくなっている。一方、20-39 歳については、構成比率が非常に大きくなり、40 歳以降については、世田谷区全体と構成比率に大きな差はない。

次に、昭和 64 年 (20 年前)、平成 11 年 (10 年前) を加え、時系列でみる年齢構成比率を比較した表が表 2-4 となる。

表 2-4 世田谷区統計からみる北沢 2 丁目の年齢 5 区分人口構成比率

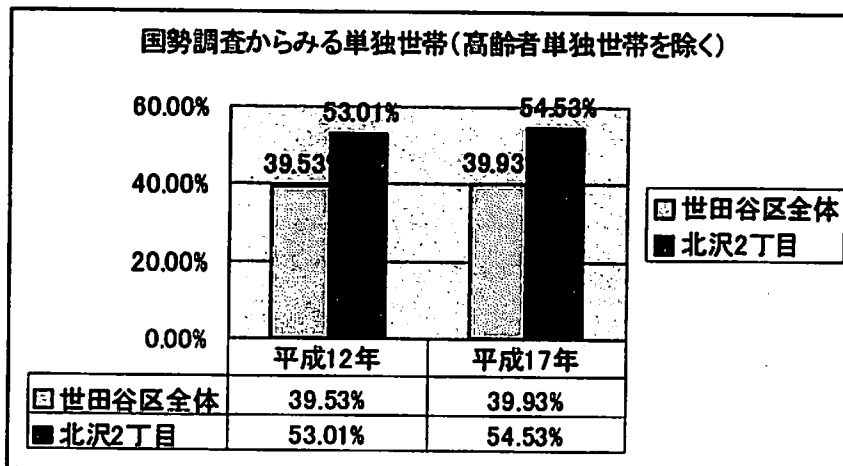


北沢 2 丁目	0-19 歳	20-39 歳	40-59 歳	60-79 歳	80 歳以上
昭和 64 年	15.50%	40.02%	26.46%	15.28%	2.75%
平成 11 年	9.84%	41.08%	25.42%	18.57%	5.67%
平成 21 年	7.67%	42.59%	24.11%	19.87%	5.80%

この 20 年で変化があるのは、0-19 歳の構成比率が急激に小さくなってきていることが特徴として表れている。60-79 歳、80 歳以上の構成比率が大きくなってきていることが特徴として表れている。また、20-39 歳については、構成比率が 40% 以上という特徴には変化がなく、20-39 歳の年代層が流入して来ていることが言えそうである。

また、世帯類型の中で、高齢者単独世帯を除いた単独世帯の構成割合について、世田谷区全体と北沢 2 丁目と比較した表が表 2-5 である。

表 2-5 国勢調査からみる単独世帯



高齢者単独世帯を除いた単独世帯について、世田谷区全体では、約 40% であることに對

し、北沢 2 丁目は 50%以上が単独世帯となっている。前述の年代の構成比率からも婚姻前の若い世代の単独世帯が多いと言えそうである。また、高齢者単独世帯については、北沢 2 丁目の構成比率は、世田谷区全体の比率よりも若干小さくなっており、高齢者単独世帯が少ないという特徴も表れている。

以上のことから、北沢 2 丁目の居住者は、20-39 歳で単独世帯が多いという特徴がでており、居住者についても若者の街といえるであろう。

第 4 節 基礎データから見えてきた下北沢の魅力

前述のように、下北沢駅の乗降客数の多さから見られる来外者にとっての魅力と、住民の年代構成比率から見られる下北沢に住む 20-39 歳の若者たちをひきつける魅力が下北沢にはあるのではないかと推察される。しかし、40 歳以降の年代についても世田谷区全体の年齢構成比率と比較すると大きな差異はなく、年齢を重ねても住み続けたい街といえるのではないだろうか。下北沢は単なる集客（観光）だけの若者の街ではなく、住みたい街「下北沢」としても魅力がありそうである。「若者の街」「商店街の街」「音楽の街」「演劇の街」など、来外者にとっての下北沢だけでなく、住民の生活拠点としての下北沢、さまざまな人々にとって色々な魅力を発揮しているのが下北沢ではなかろうか。

以降、その魅力について事例調査を交え検証していきたい。

第3章 下北沢のはじまり (第1期 第2期下北沢)

第1節 下北沢の結節機関と地域社会の形成

それでは、下北沢という「街」のはじまりは、いかなるものだったのだろうか。きむらけん(2007)が言うように、東京近郊にある純農村であった下北沢の発展は、一つの鉄道交差によってはじまった。「(下北沢は)かつては荏原郡下北沢村と言った。村の北は豊玉郡に接している。上手の西に上北沢があり、下手の東に下北沢はあった。北方の沢地にあるというところからついた名だ。……複雑に入り組んだ沢と谷と川というの

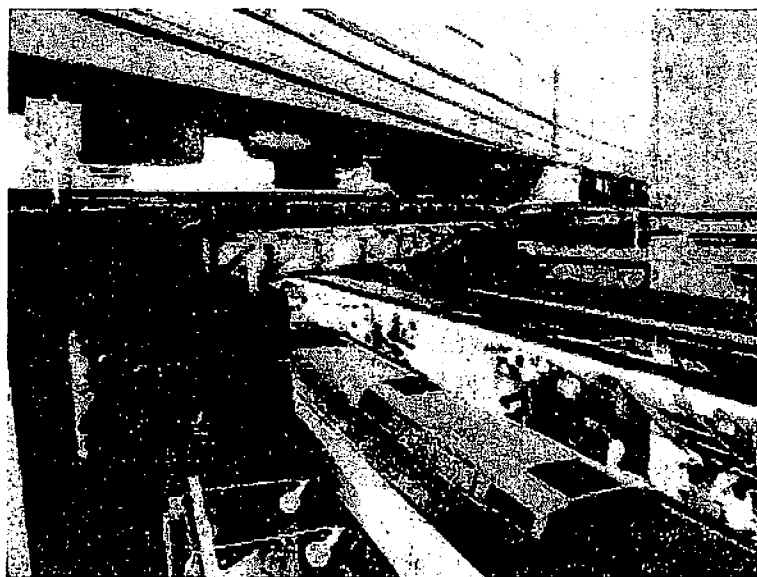


図3-1 下北沢駅鉄道の交差 (筆者撮影 2007.8.14)

が地形的な特色である」。「この地が変化し、変貌を遂げたのは鉄道によってである。それによって進展し、発展した。そのことからすると、下北沢は鉄道の街だと言える。小田原急行電鉄が昭和2年に、帝都電鉄が昭和8年に開通して、下北沢は鉄道が斜めにクロスする町となった。この鉄道の交差がきっかけとなって町は次第に大きくなり、市街が形成されていくようになった」(きむら 2007:3)。

実際図3-2のように、大字・下北沢の人口は、第1に大正12年(1923)関東大震災後によって、第2に昭和2年(1927)小田急線と昭和8年(1933)京王線の「下北沢駅」開通という鉄道の結節によって爆発的に増加している。震災後5年で人口1万5000人、その後5年で3万人へととなり、世田谷の他地域を凌駕していく。

第2節 鉄道交差と「下北沢」の膨張—農村から都市へ

二瓶正史(2006)⁷は、地形図から読み取られる下北沢の「道の履歴」を追っている。それは同時に、鉄道の交差によって、この街が爆発的に発展した過程をよく示し

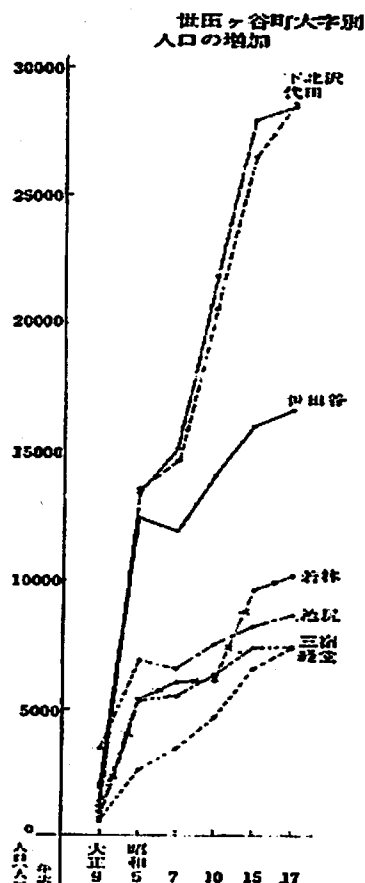


図3-2 (世田谷区 1976)

7 二瓶正史, 2006, 「道の履歴がつくる『下北沢らしさ』」『建築とまちづくり』341 新建築家技術者集団.

ている(図3-3)。鉄道は、人・モノ・情報の結節的機能という点で、単独でも極めて重要な結節機関である。下北沢ではこの2つの結節機関が交差することによって、その結節的機能が飛躍的に高められたといえる。明治42年(1909)、「地形図①」を見ると、近世の農道ネットワークが見られる。しかし、その後の市街地化は、この農道の構造が出发点になっていると、二瓶は指摘する。大正12年(1923)、昭和2年(1927)の小田急線の開通を経た昭和3年「地形図②」を見ると、部分毎に道が作られ、主に駅北側で宅地化が進行している。この時期に今の「下北沢一番街商店街」とその北側の住宅地が形成される。しかし、「北口商店街」「南口商店街」も「東通り商店街」も形成されていない(二瓶2006)。

そして、昭和8年、井の頭線開通による小田急線との交差を経た昭和12年(1937)、「地形図③」には下北沢の急激な変貌が表象している。この大正末から昭和初年にかけては、下北沢にとって一大転換期であった。この間に新住民のみならず、多くの職人・商人も流入してきた(世田谷区民俗調査団編同)。昭和30年(1955)、その後の道の舗装や排水整備・拡幅などを別とすれば、現在の街と比較しても、道の構造は全て完成している。震災後に徐々に形成される道のほとんどは、昭和12年(1937)位までの間に作られている。昭和30年頃「地形図④」になると、ほぼ現在の道路網は完成している(二瓶同)。

第3節 下北沢の骨格

3.1 非均質的景観・住・商の共存

これらの諸研究は、現在の下北沢の骨格(都市基盤)と「下北沢的なもの」に関して、重要な示唆を与えてくれる。「世田谷の多くの地域が耕地整理や区画整理を経て道の基盤が整備されたのに対して、下北沢周辺は近世からの農村的な道を出発点に、個別的な道の築造が徐々に行われ、それらが積み重なって全体的な街が形成された」。このことが、「下北沢らしい」道の形態を作り出した。「区画整理によって基盤を作られた街、例えば用賀あたりに比べ、(下北沢が)非均質で景観が変化に富み、歴史の重層性を感じるのはこのためである」。そして、「閑静な住宅地と賑わいのある商業地が共存しているのは、この地形的領域分離が有効に働いているから」だと二瓶は論ずる(二瓶2006)。

図3-3 地形図



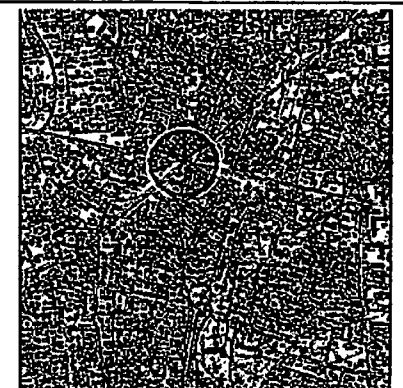
①明治42年(1909)



②昭和3年(1928)



③昭和12年(1937)



④昭和30年(1955)

3.2 南北の商店街の差異

下北沢駅北側や本村方面は台地となっており、宅地には適切であったため、住宅街として開発されていった。「一方、下北沢駅付近、特に南側は次第に低くなっていくが、かつてこの辺は丘陵の切れ目であり、その先は湿地で田圃となっていた。地盤が悪く、あまり住宅地向きではなかった。そこで、地主は住むことよりも、売ること優先の商人などに、安く貸すことが多くなっていった。「つまり、下北沢駅の南側の商店街は、もともとほとんど人家のなかったようなところにでき、発展していった」。「住宅と混在することがなかったということは、その後の進展を速やかならしめることとなった」(世田谷区民俗調査団編同)。第2章でみた、現在の下北沢に表れている南北の差異は、このような物的基盤に規定されるところが大きい。

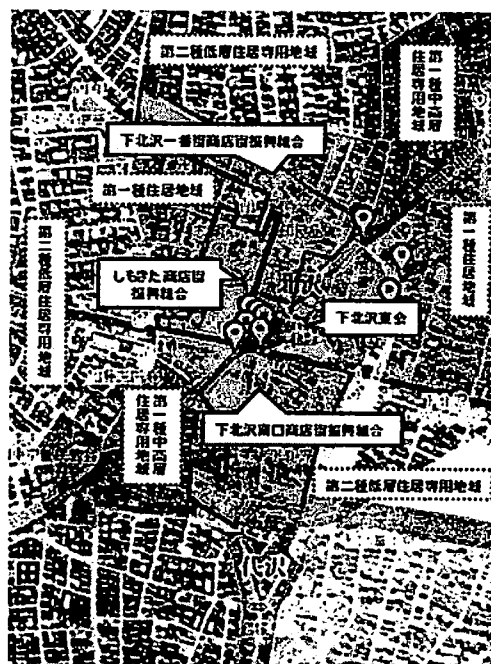


図3-4 各商店街を取り囲む住宅地

第4節 下北沢のオリジンたち——下北沢一番街商店街（第1期下北沢）

このように、下北沢の鉄道交差は、複数の社会層をこの土地に集積させた。きむらはこう表現する。「様々な価値を集めたのは鉄道の交差である。井の頭線は北西の吉祥天女へのゆらゆら短距離ラインであり、小田急は南西の小田原への長距離ラインである。その2つの異鉄文化が下北沢でX状に見事に交差している。異なる文化を持った線路が交わったことが価値集積の要因でもある」(きむら 2007:3)。ここでは、鉄道の交差が生んだ文化的発展を、鉄道の交差する「X」という記号に重ね合わせられ象徴化されている。

下北沢一番街商店街の現理事長久保田氏は下北沢の商人として三代目の主人である(1959年生まれ)。下北沢一番街商店街(振興組合)の前身は、昭和2年に小田急線、昭和8年に井の頭線が開通して形成された。昭和14年(1929)「東京北澤商店街商業組合」が結成。当時は「本通り」が下北沢で一番の繁華街だった。ここは当時から「脈々と」商売が活発だった。地方の義務教育修了者が店の丁稚としてやって来た。地域の先人たちは「店員道場」(図3-6)というものを造り、若い従業員に接客の術を「街として、商店街として」「『いらっしやいませ』のひとつつから」教え込んだ。「我々の親父や爺さんの代から、みんな『親父の背中を見て』きた連中によって、街が活性化されている」(筆者聞き取り)。ここには脈々として商店街活動が活発である素地が存在した。

図 3-5

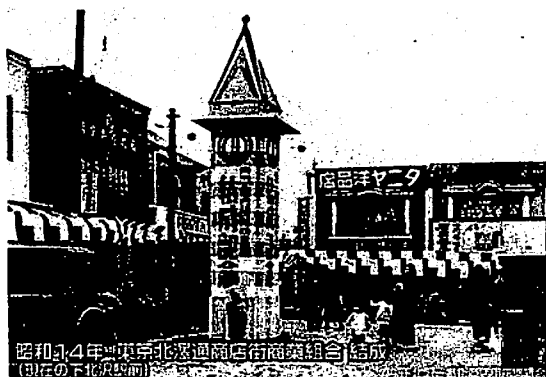


図 3-6



表 3-1 【下北沢一番街商店街の歩み】

大正 12 年 (1923)	関東大震災、焼け出された人々が世田谷の宅地化
昭和 2 年 (1927)	小田急電鉄小田原線、開業
昭和 8 年 (1933)	京王電鉄井の頭線、開業
昭和 14 年 (1939)	「東京北澤通商店街商業組合」結成。「店員道場」設立
昭和 20 年 (1945)	終戦直後 開市として駅北側に「下北沢駅前食品市場」建設
昭和 24 年 (1949)	戦後の商業活動復興を目指し「努力連盟」を発足 (中元売り出し、歳末売出、温泉招待等企画) 商業地域としての復帰を目指す。婦人部発足
昭和 31 年 (1956)	「下北沢専門店会」(クレジット業を行う組織) 発足
昭和 36 年 (1961)	一番街青年部発足
昭和 39 年 (1964)	「下北沢商店街振興組合」結成 (約 45 店舗) 区で 3 番目の法人格商店街に
昭和 40 年 (1965)	商店街名称を「下北沢一番街」とする

第 5 節 戦後開市の「新しい」商店主——下北沢駅前食品市場 (第 2 期下北沢)

下北沢の第一の転機が、関東大震災と鉄道の交差にはじまったとすれば、第二の転機は言うまでもなく太平洋戦争である。下北沢一帯は、空襲による戦禍を被って灰に帰した (図 3-7)。終戦直後、開物資を口にしなければ餓死する状況が現れる (世田谷区 1976⁸: 1076)。図のように戦禍から免れた下北沢駅北口前に、開市が開かれた。現在もその面影を残す「下北沢駅前食品市場」である。このマーケットは「世田谷の食糧基地」と呼ばれ、生活物資を求める人々でにぎわい、それまでの下北沢では見られなかったような活気を呈した。

須藤功 (1990)⁹ の聞き取りによれば、1947 年 (昭和 22)、「一番街」に代表される戦前からの商店主たちと、戦後開市から身を起した新しい商店主たちが、力を合わせ「新旧一体」の商店街を発展させていく (須藤 1990:123)。「新しい街」下北沢に夢を託した若い商店主たちが地方から集まってきた。下北沢で 50 年間、理容業を営む人物 (当時 72 歳) は語る。

「私は地方から出るときに、5 年間まず修行する。そして、そのあいだに 3 軒の家を回る。それから、店を持つときは、都心の中心の駅から郊外に走る電車の線の一番盛んなところに店を持ちたい。「お客は中層の中。なかには大きな会社の社長さんがおります。ここはわりと有名な方が多かったです。戦争中は、この下北沢だけで内閣が組織できるだろうといわ

⁸ 世田谷区編, 1976, 『世田谷近・現代史』世田谷区。

⁹ 須藤功, 1990, 「東京下北沢駅前商店街」『NHK 聞き書き・庶民が生きた昭和 2』日本放送出版協会

れたくらいに。大臣の南次郎閣下¹⁰が大のお得意さんでした」。

マーケットの一角で絵具店を営む人物（78歳）は、1927年（昭和12）、25歳の時、画家をめざして上京した。画家への夢は果たせなかったが、好きな絵にかかわっていたいと絵具の商いを50年間続けてきた。それまでは新宿で2年ばかり絵具の商売をしていたが、絵描きが多いので下北沢に移った。「そのうえ電車が交差してしまして交通の便がいいので、ちょうどここがいいんじゃないかなと思って来た」。「私が来たときは、ちょうど駅のところにトンネルがありまして、トンネルをくぐって南側へ出る。南側には住宅があった。多少商店街もありました。下北沢というところは、だいたい、住宅のなかにアパートが点々としてしましてね。だから、若い人が多かったんです。あとは屋敷です。……小説家なんかですと、大岡昇平さんなんて、まだまだ小説家としてはヨチヨチ歩きでした。武者小路実篤さんなども、しょっちゅうみえました。この人なんかは、和服で、いっぱい本を買って懐をふくらませて、私の店へ寄るんです。ちょうど僕のうちが駅の向う側でしてね。『おい材器君、ホワイト一本包んでくれ』なんていって、ホワイト1本を包んで、線路越しに投げると、それを持って帰るんですよ。」（須藤 1990:123）。



図 3-7 米軍 1948. 3. 29 撮影¹¹



北口食品市場所在地（筆者作成）

これらの証言を裏付けるかのように、きむらけん・北沢川文化遺産保存の会は、丹念に下北沢の文学者の痕跡を辿り、「下北沢文士町文化地図」を作成している（図 3-8）。「昭和の近代文学が凝縮され、圧縮されている特別な場がある。東京世田谷、下北沢の南を流れている北沢川、せせらぎが東西に流れている代田代沢北沢だ。一带には文学詩歌の営みの痕跡群がある。まるで約束でもしたかのように参集して来ている。環七脇の官前橋から淡島の下代田橋の間の僅か一キロ強の区間にだ。近代日本文学を代表する作家、詩人、歌人、俳人たちが普段着姿で散策した場だ。彼らがここを歩き、思念し、思索し、歌を、俳句を

¹⁰ 南次郎（明治7年-昭和30年）日本陸軍大将。

¹¹ 国土地理院「国土変遷アーカイブ」（<http://archive.gsi.go.jp/airphoto/>）

詠み、詩を創り、文章を書いた」(きむら 2007¹²)。齋藤茂吉・萩原朔太郎・中村汀女・横光利一・宇野千代・田村泰次郎・森茉莉……。『下北沢』という街の文化的魅力の源流は、こうした「文士」たちの足跡にあるのかもしれない。そして、彼ら彼女らの生み出した文化を愛し、継承しようとする地域の人々が、この街のシンボリズムを見事に照射しているのだ。

戦後復興の「食料基地」として再出発した下北沢は、経済的交流の場としての重要性を強めていった。だがそれだけでなく、この街は文化的交流の場となっていったのである。しかし、下北沢の「盛り」は、まだ始まったばかりだ。



図 3-8 下北沢文士町文化地図 (きむら 2007)

¹² きむらけん, 2007, 『下北沢文士町文化地図』北沢川文化遺産保存の会.

第4章 南口商店街

第1節 戦後の商店街

1.1 下北沢南口商店街

戦前期に農地にかこまれた郊外住宅地という趣だった下北沢にも、戦争は甚大な被害を与えた。しかし農地が広がっていた小田急線の南側はぼっかりと穴が開いたように空襲を免れ、したがって相対的には軽微な被害に留まることができた。

戦後になって小田急線下北沢駅の橋上工事が完成する¹³。それまでは改札から地下道をくぐっての出入りであった南口が、階段を使って改札口と直接につながるようになった。このとき駅前にあった商店街が、今に続く南口商店街となる。

戦前の郊外生活者たちの暮らしを支えた北口の一番街、戦後すぐに闇市がひらかれ栄えた北口市場と比べると後発ではあるが、現在の南口は下北沢の表玄関的なにぎわいを見せるまでにいたっている。他の商店街とくらべて活動時間の長さが顕著であり、いわゆる「盛り場」としての個性を色濃くそなえているところに特徴があるといえる。小田急線の南口の改札を出て階段を下りると、居酒屋やファーストフードなどの飲食店の看板が一気に目に入ってくる。例えば商業集積地としての統計上の分類においても、北口が「飲食物品小売業」を主力とみなされているのに対し、南口では「自動車・自転車小売業」「家具・じゅう器・機械器具小売業」「その他の小売業」が多くを占める型に分類されている¹⁴。北口の一番街に定住者の生活用品を扱う商店が立ち並んでいる様子と比べると、「その他」小売業に特徴づけられる南口の個性はいつそう際立って見えてくるであろう。

こうした非日常的機関が数多く集積することにより、下北沢が街としての魅力を高めていることは間違いない。なぜ下北沢のなかでも南口はこうした機関を多く備え、盛り場の機能をもつことになったのだろうか。本節では南口商店街の生成をたどることで、下北沢の繁華街としての成長に光をあててみたい。その歴史には下北沢がこんにち「若者の街」として知られるようになる一因が潜んでいた。

1.2 南口商店街理事長

本節ではこの南口商店街の生成史を、そこで生活してきた生活者へのインタビューをまじえて再構成してみたい。現在南口商店街の理事長をつとめる吉田圀吉氏は下北沢に4階建てのビルをもち、貸しビル業を営んでいる。氏は1935年に東京で生まれ、戦時中の疎開をのぞいて下北沢で生まれ育った経歴をもっている。南口商店街の歴史を語るのにもっとも適した人物の一人であるといえるだろう。

中学を卒業後、都立新宿高校から早稲田大学に進んでメーカーに就職し、顕微鏡設計の技術者となる。会社が立川にあったため、下北沢から立川まで通う生活であったという。そこでの仕事は楽しかったが通勤が辛かったと振り返ってくれた。朝電車には乗るものの途中で出勤を止め、無断欠勤をしては時間をつぶす「ふまじめな社員」だった、と氏は笑う。その後昭和52年にそれまでの住居を建て替えて商業ビルにし、会社を退職して現在の

¹³ 小田急電鉄株式会社社史編集事務局，1980，『小田急五十年史』 小田急電鉄株式会社。

¹⁴ 「東京の小売業」東京都総務局ホームページ

<http://www.toukei.metro.tokyo.jp/syougyou/2002/sg02wd1200.xls>

貸しビルオーナーとなった。これ以後、氏は積極的に商店会にかかわるようになり、後半生をかけていくのである。かつて「約束も守らない、いいかげんな」社員であったと語る氏が、30年の時を経て「私は、時間の約束の厳守を、人一倍、重要視しています。約束の時間に絶対と言うほど、数分でも遅れないようにしています（吉田 2008¹⁵）」と言うまでになっている。当時を知っている人からは「別人のようだ」と驚かれると言い、そのたびに「自分は二回分の人生を生きてんだ」と答えている、と話してくれた。いまは妻と二人暮らしだが、所有するビルの中にテナントとして一人息子である長男が飲食店を出している。

1.3. 学生街としての歩み

この、氏が生まれ育ち、建て替えまで暮らしていた「それまでの住居」こそ、下北沢南口を現在の繁華街とするに至る大きな要素であった。下宿屋である。

母子家庭だった吉田氏の母親は、下北沢で下宿屋を営んでいた。なかなか繁盛していたらしく、最盛期には20人ほどの下宿人を抱えており、手伝いの女性も数人雇っていたという。下北沢から池の上にかけては「それくらいの下宿屋が何軒も」存在していたという。昭和30年代の記録では、下北沢周辺を他地区と比べた場合に目だつて下宿などの準世帯が多かったという様子は確認できない（世田谷区1961:7）¹⁶ものの、地盤の悪さから北口に比べ宅地開発が遅れていた南口では印象に残る存在だったのであろう。時代はさらにくだつて吉田氏がビルを建て替えた前後の住宅地図にも茶沢通り沿いに下宿屋や企業の独身寮などが何軒か残っている（公共施設地図航空株式会社, 1961:1019-1020）¹⁷。したがって、はやくから高級住宅地として開けていた北口の一番街とは客層が異なっていた。「駅の向こうはね、すぐちょっと奥に住宅地がいっぱいありましてね。そこの生活消費者の方々がお客さんであった」という状況だった北口と異なり、下宿生活を送る学生たちが駅の南側では客層の主役になっていったのだ。

その開始は、戦前から戦後にかけてという、まだ高等教育が大衆化する以前の話である。大学生という存在が現在と比べれば非常に少ない時代であった。その時代に既に下北沢が「学生の街」としての歩みを踏み出していたことは注目されてよいだろう。現在に比すれば相当なエリートであった彼らが高い出身階層を背景として、当時から学生向けの消費文化を発達させられたことはこの街の歴史にとって大きい。「地方から東京へ出てきて、まあそのころですからある程度家庭的にも仕送りができるほどの家庭の人が多かったんですけども、そういう人たちが下北沢にいて、だからなんとなくそういう人たちが楽しめるような場所がね。飲み屋であるとか喫茶店であるとか、雀荘であるとかビリヤードであるとかダンスの教習所であるとか」そういった若者向けの店、大繁華街に出るまでもない身近な娯楽や息抜きといった、学生同士の交流に使われる店が南口に集積しはじめていた。複数の大学が比較的近距离にあり、かつどの大学の城下街ともならない距離。この絶妙な位

¹⁵ 吉田園吉「さあみなさん！一下北沢南口商店街の白髪爺さん 吉田くによしのブログ」
2008年06月09日のエントリー

<http://www.yoshi-kuni.jp/index.php?id=08060003>

¹⁶ 世田谷区編, 1961, 『統計書』世田谷区。

¹⁷ 公共施設地図航空株式会社編, 1981, 『航空住宅地図帳』公共施設地図航空株式会社。

置関係も条件の一つだったと氏は語る。「下北沢には大学が無い。だけど、下北沢から 30 分、1 時間以内には大学がうんとある」。「こういう環境がね、どこの大学のなわばりでもなく、大学生が集まる条件が自然に備わっているところ」だという。当時の学生の生活を吉田氏は生き生きと語ってくれている。

「私が高校生や大学生のころ、この街は喫茶店がたくさんありましたですね。ジャズを専門的に聞かせるジャズ喫茶もありましたし、若いきれいな女の子をおくような、そのころは『美人喫茶』なんていいましたけどね。

『純喫茶』って言い方がそのころあったんですよ。普通にただコーヒー飲ますようなね。よく覚えてますけど、そのころ私小遣い一日百円もらったんですよ。そうしますと、そのころコーヒーが 40 円だったんですね。それでタバコのショートピースが 40 円で、この辺の学生相手の昼飯食わすところが 50 円なんですよ。

だから百円をいかに配分するかがね。今日は喫茶店行ってタバコ一箱買って二時間すごすとか、今日は喫茶店には行くけどタバコは我慢して昼にカレー食うとかラーメン食うとか、そんなことの時代でしたね」

そしてこれらの学生街が戦災で焼けなかったことは南口の戦後に決定的な方向付けを与えた。すでに若者向けの街という流れが生まれかかっていたところに、高度成長にともなう東京のスプロール化が拍車をかけることになったが、下北沢は山手線沿いの副都心群の外側にある副・副都心のひとつとして、急激に拡大してくる東京の雑多な欲望を吸収・消化することができたのである。1960 年代に入り、地方から大量に流入してくる若者たちを収容するため、山手線と環状七号線の間を中心に木造賃貸アパートが帯状に連なって続々と建てられていった。「木賃アパートベルト地帯」（三宅 1971¹⁸、石田 1987¹⁹）または「木賃ベルト地帯」と呼ばれるものがこれである。区内では現在でも太子堂の一角にその痕跡をとどめている。無秩序な建築、密集した建物、オープンスペースの乏しさなどから、現在では戦後復興の「負の遺産」（田中 1999）²⁰として語られることもあるこれらの木造アパートであるが、当時は上京してきた若者たちをスポンジのごとく吸収していった。大量に滞留する彼らの消費欲求を満たすための、まさに「生活拡充」のための機関が、学生街として育ちつつあった下北沢の南口に集まっていたのである。下北沢はベルトの外延に位置するが、新宿と渋谷に程近く、また小田急線と京王井の頭線が交差する鉄道交通の結節点という立地も手伝い、こうした学生や若者層向けの交流を促進する機関がさらに増えていくことになったのだ。吉田氏がビルを構えた直後の昭和 54 年における商業統計で商店の構成比における飲食店の割合をみると、北口 22.5%に対し南口では 35.8%と、すでに盛り場的な街並みが固まりつつあった²¹。

「そこにある松山さん²²、そこはもう日本のビリヤード界でも有名な方が、いまはもう

¹⁸三宅醇, 1971, 「住宅の需給と都民の生活事情」『東京の住宅問題』東京シビルミニマム研究会:103-275.

¹⁹石田頼房, 1987, 『日本近代都市計画の百年』自治体研究社.

²⁰田中重好, 1999, 「都市計画の社会学序説」『人文社会論叢』(社会科学篇)第1号, 弘前大学人文学部: 75-91.

²¹東京都総務局統計部, 1979, 『東京の商業集積地域 昭和 54 年』, 東京都: 192.

²²世田谷区北沢にある「ビリヤードマツヤマ」。創業 52 年を迎える老舗ビリヤード場である

二代目か三代目かな。ダンスの教習所もあって、変な話ですが、やっぱりビリヤードでかっこよく球を撞けなくちゃ女の子にモテないだとか。大学の関係のダンスパーティがもう連日のようにあちこちにあってね」

むろん、当時の南口は、あくまで下北沢とその周辺に住む若者たちのための街であったことに留意しなければならない。現在のように、東京を代表する「若者の街」の一つになっていくのはもう少し先の話である。とはいえその萌芽は既に戦後まもなくから始まっていたということは、一方で強調されてよいだろう。「やっぱり、あのころからもういろんなものが雰囲気として尾を引いてますね。そこからだんだん時代が変わってきても学生が集まってくる、っていう風になってるんでしょうね」氏は当時からの流れが現在の南口にも続いているとし、若者向けの店が入れ替わり立ち代わり入ってくる現状を「循環」と表現していた。「若い人が集まってくる。若い人に合わせた店もこっちへ出てくる。またその店に合わせて、また若い人が来る。その循環ですね」。このような「循環」によって、下北沢でもっとも活気のある南口の街並みが出来上がっていったのである。

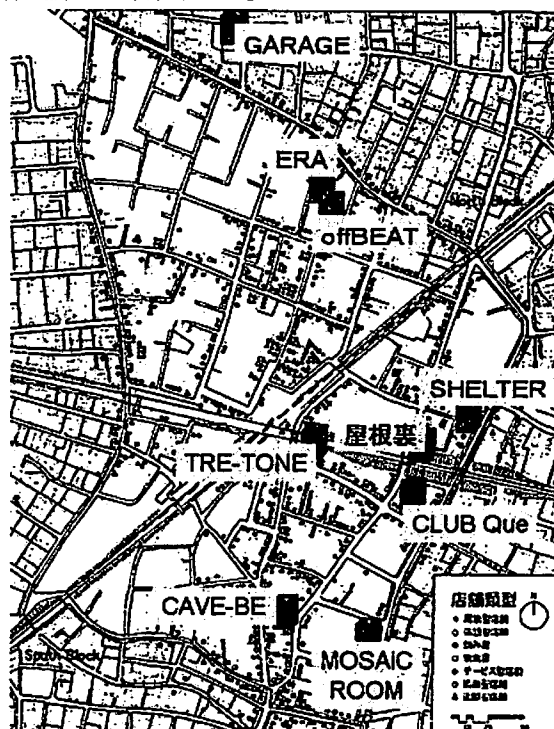
第5章「若者の街」下北沢——ある若手俳優の足跡（第4期下北沢）

第1節 「若者の街」の空間構造

下北沢は「若者の街」と言われる。実際、現在この町には「劇場」や「ライブハウス」が集積し、演劇・音楽などカウンターカルチャーを求める若者を魅きよせている（図5-1）。たしかに、この町には「若者の街」の素地はあったが、「若者の街として本格的に発展したのはせいぜい30年前からのこと」（佐々木2001）だった。ここでは、演劇や音楽がこの地に定着する1970年～80年代に形成された下北沢を「第4期下北沢」と呼びたい。この町にどのようにして「若者の街」という社会空間が生み出されたのか。第4期下北沢を象徴する人物の足跡から、「若者の街」の形成過程を考察する²³。



図5-1 北沢2丁目「劇場」分布図



「ライブハウス」分布図

第2節 「劇場の街」の誕生

2.1 本多劇場の集積

下北沢の「劇場」は、鉄道交差により4つに区切られる東ブロックに集中している（図5-1）。北ブロックには戦前・終戦後発展した「一番街商店街」「しもきた商店街」（第1期下北沢）が、南ブロックには戦後発展した「南口商店街」（第2期下北沢）が存在する。これらの3つの商店街は、法人格を持つ振興組合である。西ブロックは住居専用地域であり、残された東ブロックは「下北沢東会」という飲食店等が集積する新興商業地域である。このブロックに「本多劇場」「ザ・スズナリ」などの劇場が集積している。東ブロックの8つの劇場のうち、5つが本多劇場グループである。

2.2 映画俳優から実業家へ

²³ なお、「若者の街」の形成過程を「音楽」の側面から論じたものとしては、木村和穂、2006、『「若者の街」下北沢の誕生』『建築とまちづくり』341 参照

しかし、そのオーナーである本多一夫氏は、「劇場主」としてこの町に流入したのではない。氏は「映画俳優の卵」であった。昭和9年（1934）生まれた氏は、新東宝ニューフェース北海道代表であった。昭和30年頃、20歳で上京、下北沢駅北側に四畳半を間借りした。祖師ヶ谷の「新東宝」、上町の「第二撮影所」へのアクセスが良かった。映画俳優としてはなかなか売れなかった。社長が変り、売れるチャンスが少なくなった。そのうちに、会社が潰れた（須藤1990²⁴）。

そんなとき、家近くの行きつけの定食屋のオバさんが「店をたたみたい」と言った。「本多さんもせっかく東京へ出てきたんだから、何もやらないで、おめおめ帰るのも悔しいでしょう」と本多氏に店を手渡す話を持ちかけた。昭和35年（1960）、飲み屋が1、2軒しかなかった下北沢で、氏はカウンターバーを始めた。8人ほどしか座れない小さな店だった。金が無く、看板まで自分でつくった。

開店当時は客がほとんど来ない。「いよいよ夜逃げか」と思った。しかし、俳優当時の女優仲間がカウンターに入ってお客にお酌してくれた。「スターにお酌される」たいへんな人気の店になった（須藤1990）。以後15年で、氏は下北沢周辺にバー・喫茶店・スナック・レストラン・割烹料理屋・クラブなど約60店を経営する実業家となっていった。氏は「下北沢演劇の立役者」である以前に、下北沢飲食店の立役者だったのだ（高田1982²⁵）。

2.3「下北沢演劇の立役者」へ

しかし、再び役者としてのアイデンティティがうずきはじめた。「ちょっとキザな言い方だけれど、途中からお金を稼ぐのにイヤ気がさしてきました。35歳の時、不動産にも手を出して、マンションも2軒ほど建てたけれど、あまり張り合いがありませんでした。その頃、たまたま北海道放送時代の仲間としんみり話し合う機会があつて、劇場構想が頭の中に広がってきた」。氏は、マンションを売り、280坪の土地を手に入れた（高田1982）。1981年3月、観客収容数250人の「ザ・スズナリ」を開場した。

現在の「本多劇場」の土地は、廃業した銭湯だった。戦後は煙突だけが立ち、兎や鶏が放し飼いにされていた。本多氏が38歳の頃に持ち主が亡くなり、遺族からの希望もあつて氏はその土地を迷わず購入した。劇場建設可能な商業地域が少なく、減多にまとまった土地の空かない下北沢で、450坪を手に入れた。こうして、劇場構想の夢に一步近づく。だが採算性を考えると客席数400の小屋は不可欠で、劇場の他、建物に何を入れるか試行錯誤する日々。現在の1000坪に広げるまでに8年かかった（Switch2005²⁶）。そうして、1982年「本多劇場」を完成させるのだ。

氏が下北沢に劇場を建てようとしたとき、「盛り場でもない住宅街に客は来ない」とずいぶんバカにされたという。しかし、人が育てばいいのだからと志を貫き、「劇場というへそ」ができて、街が育まれるとともに、「盛り場ではない良さがある」と評価は変わった（Switch同）。高度成長期からバブル期にかけて、わずか十数年で、映画俳優、飲食店経営、個人劇場経営へと成り変わった氏は、下北沢に「演劇の街」という社会空間を生み出した。

²⁴ 須藤功，1990，「東京下北沢駅前商店街」『NHK聞き書き・庶民が生きた昭和2』日本放送出版協会

²⁵ 高田城，1982，「私鉄沿線の拠点本多劇場」『テアトロ』475カモミール社。

²⁶ 「本多劇場：演劇の街、下北沢—全てはここから始まった」『Switch』2005. 5。



図 5-2 ザ・スズナリ編, 2006, 『ザ・スズナリ 25周年』本多企画.

第3節 小活

バブル期1990年、「ザ・スズナリ」のはす向かいには、北沢区民会館「北沢タウンホール」が落成する。その落成記念として、本多劇場と世田谷区が「下北沢演劇祭」を開催。「タウンホールの周知のため」に「北沢音楽祭」が企画される。どちらも約20年間続く文化祭となっている。

高度成長期に下北沢に流入した演劇青年は、当初の夢とは違う形ではあろうが、その大志を果たした。彼らが生み出した「劇場」という空間は、新しい文化を生むと同時に、この町の社会的構成に少なからず影響を及ぼすことになる。第1～3期下北沢を担ってきた既存の商店主たちは、どのような影響を受け、どのような対応をとるのだろうか。そして、この新旧社会層は、今日どのような交流と軋轢を起こしているのだろうか。



北沢タウンホール落成記念
第二回下北沢演劇祭
 '90

図 5-3 第一回下北沢演劇祭パンフレット

第6章 一番街商店街の地域マネジメント（第4期下北沢）

第1節 バブル絶頂期の下北沢論

北沢タウンホールが落成した1990年、バブル絶頂期に刊行された2つの下北沢論がある。「私がこの街を歩いてはじめて抱いた印象は、新旧のバランスが奇妙にかみ合っている、というものでした。若者向けの最新のファッションの店の隣に昔ながらの八百屋があつたりするのですが、下北沢ではそれが何の抵抗もなく受け入れられているのです。こうした街独特の雰囲気はどこから生れたのでしょうか」（須藤1990）。



図6-1 一番街商店街の風景（望月1990）

望月照彦（1990）は下北沢の「磁場」をこう分析している。

「下北沢の“あやしげ”な感じが、実は多くの人びとをこの街へ誘引するファクターになっているのではないかと思う。下北沢の“あやしさ”は多分〈生活〉に根ざした“におい”のようなものであるのだろう。……ベーカリーがあつたり、骨董屋があつたり、骨董屋といっても高級骨董屋ではむろんなく、むしろ古道具屋のたぐいであろう。そんな店屋が街の中心部へ行く間にまるで飛石のようにあるのは、それらの店が当然近隣の“生活者”を磁場にして存在しているからである。すなわち、下北沢は新宿や渋谷のような都会の盛り場としてあるのではなく、生活空間の中で形成された磁力としての賑わいを持った街なのだ」。

「下北沢には“生活感”がある、そしてその生活感とは下北沢の多くの商店を占める生業店によるのではないか。……家族なりが自分たちの“なりわい”すなわち生きていくための商売をやっている、ということだろう。……生活空間と商い空間が同じだ、という意味も〈生業〉にあるのだろうと思うが、新宿や渋谷という都会の店舗と一番違うのも、その辺にあるのだろう。豆腐屋が今の量販店などを除いて、店舗と生活空間が別々であるのはおかしい。時計屋だって、魚屋だって本来は同じ空間でなくてはおかしい気がする。だから、デパートメントストアや、スーパーストアが生業でないために、企業化やシステム化をやむをえず進めてしまった」（望月1990²⁷:133）。

彼らはこの町の魅力を「新旧のバランス」や「若者向けの最新のファッション」と「昔ながらの」「生活に根ざした“におい”」の共存のなかに見出している。80年代の消費社会

²⁷望月照彦、1990、「東京・下北沢——猫町の幻視として」『賑わいの文化論』未来社。

化の飽和によって、多くの町から「生活の匂い」が消え去っていくなか、彼らの目には「若者の町」下北沢に残されたノスタルジックな「生活」や「生業」が際立って映った。

では、その「バランス」「生活のにおい」「生活者の磁場」といったものは、いかに生じているのだろうか。果たして、この町は「消費社会化」「システム化」を免れた偶発的で稀有な町なのだろうか。本章では、これらの新旧社会層の「共存共生」を支えている重要な担い手として、下北沢一番街の商業者たちに焦点を当てる。下北沢の彼らは絶妙なバランス感覚をもって、商店街を経営している。そこには、新旧のバランスを保つ明確な「システム」があるのだ。

第2節 一番街の商店街経営システム

一番街商店街の久保田理事は「街は生き物だ」と語った。戦前は「一番街本通り」が栄えた。戦後しばらくは、北口駅前が栄えた。現在は、かつては出口が無かった南口が「表玄関」になり、大手資本が入り、アンテナショップ的²⁸な展開をし、一番の繁華街になった。実際、李が示すように、現在の下北沢の街路の「歩行者交通量」も「経済的価値」も、「南口商店街」が「一番街商店街」を上回っている(図 6-2)。世田谷区が実施したポイント観測データによれば、休日の交通量は「南口商店街」>北口駅前「しもきた商店街」>「一番街商店街」の順になっている。最多交通量地点は、南口駅前の52922人である。さらに、李がいうように、「商業空間での最大の目的は、物品やサービスを購入する人々を引き付けることなので、集客力のある場所であればあるほど、経済的価値も高くなる」。小田急線南口に接する街路は113万円、北口に接する街路は102万円(図 6-3)。ここにおいても南口の台頭は、はっきりと現れている。

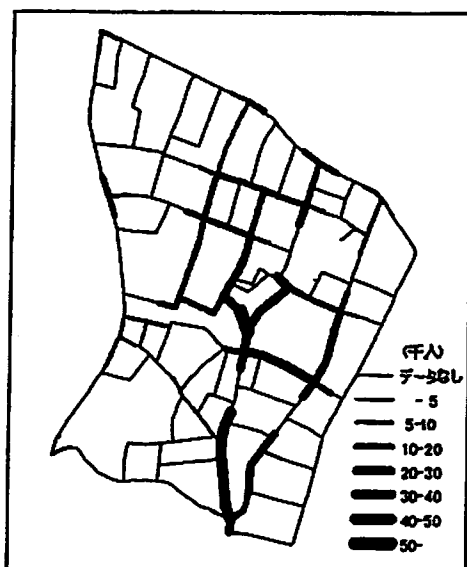


図 6-2 歩行者交通量

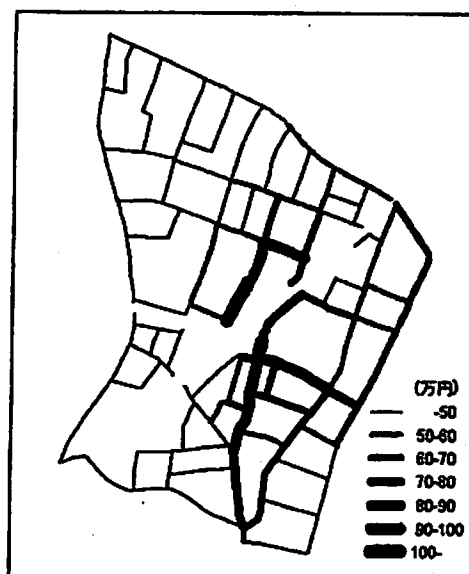


図 6-3 路線価 (李 2008:622)

バブル崩壊から10年で、旧来型の小売・飲食店の経営は急激に悪化した(世田谷自治問題研究所 2001)。一番街商店街のテナント率は70%台後半。南口の商店街に比べ、一番街

²⁸ 企業におけるアンテナショップは、主に消費者向けの最終製品を手がける企業が開設する。ショールームとしての機能のほか、自社製品のユーザー向けのサポート窓口・修理受付、消耗品の販売などを行うことが多い。

には古くからの店舗が残っているが減少傾向にある。下北沢の店舗は入れ替わりが激しい。「これだけ人が来ている『商売になる』」と思って、多くの人が出てくる。実際にやってみる。しかし、それなりに家賃が高い。一方、あんまり売り上げがあがらない。撤退していく。回転という意味では『いつ行っても新しいお店が出来ていて楽しい』というお客様もいらっしやいます。それが下北沢らしさといったらおかしいけれど」(聞き取り)。店舗の回転の速さは、商店街や盛り場の「強み」でもあるが「もろさ」でもある。

2.1 高学歴-都市自営業者層

昭和39年(1964)、「下北沢商店街振興組合」が結成され、世田谷区で3番目の法人格をもつ商店街となる。昭和40年(1965)、商店街名称を「下北沢一番街商店街振興組合」とする。昭和55年(1980)には「日本商工会議所会頭賞」を受賞している。現在の一番街での地元商店主は3代目、4代目であり、久保田氏自身は3代目である。氏は言う。「創業当時の商人たちは、それぞれ勉強抜きにして「商売、商売」できていました。(今は)それなりの学校・大学を出て、それなりの一流企業に勤めていたんだけど、うちに戻ってきた連中が多い」。振興組合であるので法人格を持っているが、理事会組織も会議然としたシステムだ。単なる「集まり」という枠を超えて「商店街経営」という動きになっている。そこには、戦前の「店員道場」に象徴された商人の精神の継承とともに、近代的ないし合理的な経営理念の共存がある。

2.2 テナントオーナーを含む理事会

合理的なシステムは、理事会の構成にも表れている。一番街商店街の加入店舗の内、いわゆる「地元」と言われる人々は3割で、テナントが7割以上を占める。久保田理事長の代から、理事会組織にテナント店主も入ってもらうことにした。一番街商店街は、7地区に分けられ、1地区が1つの村のようになっている(図6-4)。各地区会で選出された理事が代表として、一番街理事会に出席する。この理事会が商店街の「最高意思決定機関」という位置づけにある。理事会で決まった施策を各地区で展開する。逆に、各地区から出た議題を理事会で議論する。それゆえ、理事会にテナントも参加してもらっている。

理事会の20名中、テナント理事は4人である。ヘアサロン・古着屋・シルバー屋・スポーツショップと多様であるが、これから増えていく見通しだという。なかには70歳以上の理事も健在である。「温故知新じゃないけど、『なんでこうなったか』が分かる人がいないと困る。我々と一緒に議論し、意見も貰う。決まったことに対しては、皆一緒にやる」(聞き取り)。

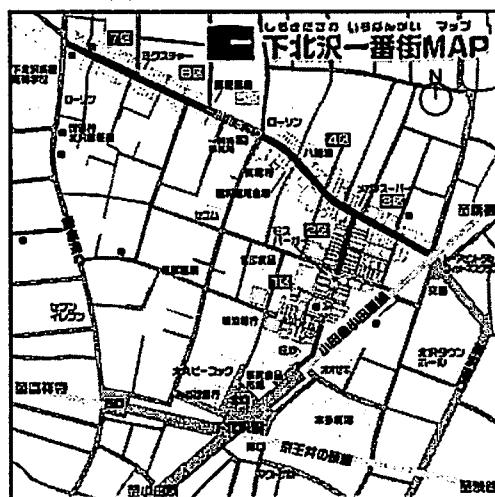


図6-4 一番街商店街7区(一番街商店街HP)

2.3 商店街の加入促進策

下北沢の商店街振興組合活動は、開設年が古い店舗ほど参加率が高い。1974年以前開設の店舗では、「よく参加」が半数を占め、「時々参加している」を合わせると7割近くが参加している。逆に、90年代以降開設の店舗の4割は「全く参加していない」。「ほとんど参加していない」と合わせると2/3となる（世田谷自治問題研究所2001）。

こうしたなか、一番街の商店街加入率は、現在95%以上だという。彼らの加入促進策はいかなるものか。『何で商店街に入らないんだろう』って話になってね。……商店街にお店を出されると、近所の人たちや理事さんが、『商店街入ってよ』と行く。そうすると、人によって、話が通じる場合と、べらんめえ調でカチンときて『もう入らない』というタイプもあったりする。そこで、彼らは誰が行っても良いように、分厚い冊子を用意した。「商店街かわら版」（理事会の議事録）、商店街の沿革、理事会組織図、店舗地図、HP無料掲載、アドバイザー派遣、融資制度の案内など。『店長さんだけじゃわからないだろうから、オーナーさん共々見てください』と、とにかくこれを差し上げちゃうんです。平成13年（2001）には「商店街憲章」を作成した。『わたくしたちの先人たちが築きあげてきたこの良い町だから、あなたたちもお店を出したんでしょ。仲間入りをしたのなら、応分の負担をしてください』と。「商店会に『入るべき』と思って頂かないといけないんで、開店となったらまずは、『おめでとうございます』と花を花屋から贈っちゃうんです。『今日からあなたたちは我々の仲間です』と生花をバーンと出しちゃう。そしてファイルを持っていく。これで加入率はグンと高くなりました。これでも入らないという人は、まず滅多にいない」。

平成16年（2004）、「世田谷区産業振興基本条例」が改正され、第4条「事業者の責務」に以下の条文が追加された。「商店街において小売店等を営む者は、商店街の振興を図るため、その中心的な役割を果たす商店会への加入等により相互に協力するよう努めるものとする」（『世田谷区例規類集』）。

「（商店街）加入促進という面で、世田谷が全国に先駆けて産業振興基本条例を一部改正していただいた流れもあります。そういった意味では、我々も法令遵守はしていかなければならない。罰則規定が無い条例ですけれども、コンプライアンス遵守ということで、コンビニエンスストアやフランチャイジーなファーストフード店にも入っていただいた²⁹。

一番街商店街のノスタルジックな風景とは裏腹に、久保田氏のできばきとした口調で説明された（1）高学歴-都市自営業者層、（2）テナントオーナーを含む理事会、（3）商店街の加入促進策といった一番街商店街のマネジメントはかなりシステムティックである。

第3節 下北沢の「内」と「外」を結ぶ文化

80年代以降、マスメディアによって印象づけられる下北沢像とは「若者の町」「演劇の町」「音楽の町」であった。久保田氏は言う。「下北沢は『音楽の街』『演劇の街』と表現されますけれども、それは完全に『外から見た下北沢』だと思います。この町に住んで生まれ育った子どもたちを含めれば『内から見た下北沢』というものがある」。地元の天狗祭り

²⁹「第1回目に表彰させていただいたのが日本マクドナルドさん。マクドナルドは世田谷にある店舗すべて商店街に加入したということで、スタートのきっかけとしては良かった」。

は「内向き」なトラディショナルなものである。「伝統文化を守るのも商店街の役割」だと考える。だが、氏は言う。「かといって、何もしなくてお客さんが来てくれているというのは、まったくもって間違い。やっぱり常に街としてアクションを起こしているからこそ、お客さんが来る」。氏は、『外から見た下北沢』と『内から見た下北沢』が一緒になるイベントをやっていきたい」と語る。

3.1 阿波踊りのために

一番街商店街は、昭和41年(1966)から「下北沢阿波おどり」を行っている。今年で44回目を迎えた。昭和43(1968)年、各地域で「明治百年祭」が企画された。一番街の先人たちは、高円寺で成功していた阿波踊りを取り入れたのである。氏はいう。「はじめた時の連中ってのは熱い気持ちをもってるから良かった。大好きになって、徳島まで阿波踊りを見に行ったりするやつもいて、ある程度活性化した」。「ところが、代が移る時、我々の代になる時、我々は阿波踊りを立ち上げたわけでもないし、好きなわけでもない。『なんでこんなことやってんの』となった。『あんたたちも好きね』ともよく町で言われる。『だったら、好きだって言っちゃえば、いいじゃないか』と言ったら、『好きでもないものを、好きだなんて言えません』ってことになった」。阿波踊りの遠征に出た彼らは、帰りのバスの中、ほとほと疲れ果て、寝そうだった。「そんな時に、子供たちがすごく元気なんですよ。その元気な様子を見て、我々はこの笑顔のために、この阿波踊りを続けるべきだとなった」という(聞き取り)。

昭和51年(1976)には、一番街商店街は「しもきた天狗まつり」を復活させている。阿波踊りは高円寺はともかく、下北沢という土地に根ざした祭りではなかった。しかし、彼らは先人たちが取り入れた「新しい文化」を廃棄することもなかった。かつて地域先人たちがつくった「文化」を、地域の未来を担う子どもたちのためにつなげていく。「昔から受け継がれた祭りを嫌々やっているのではなく、その祭りを我々なりに変えてしまっ、今やっている。ある意味、我々が作った祭りだって言う自負が、そこにはある」(聞き取り)。

3.2 北沢音楽祭—子どもたちとバンドマンの交流

第3期下北沢を象徴するライブハウスは、下北沢の文化の重要な核の一つである。だが、このような新しい社会層と新しい文化は、すんなりと町になじんでいくわけではない。そこには、必然的に摩擦が生じる。かつて、この地域の住民や商店街の人々はライブハウスの若者たちと少なからず対立していた。「街を汚す」「地べたに座って酒を飲む」「散らかすだけ散らかして、騒いで帰る」。「ライブハウスなんて、不良の始まり」とさえ呼ばれた。このような新旧の文化摩擦を彼らはどのように折り合いをつけていったのだろうか。商店街の人々は、ライブハウスの人々に、悪評をそのまま伝えた。すると、ある時ライブハウスの人々が、町の掃除をしてくれた。「それを褒めてあげるとすごく喜んでくれて、また乗ってきてくれる。そういう良い関係が出来た」。

その関係性は、久保田氏が実行委員長を務める「北沢音楽祭」³⁰として結実していく。「そもそものスタートは、北沢タウンホールの周知と普段聞けない国際的な音楽を地域の方に聞いていただく機会を、行政と地区住民でもうけようというもの」だった（北沢音楽祭HP）。しかし、商店街連合会は「音楽祭を町に出しましょう」と新しくリメイクしていった。音楽祭のテーマは「異世代共存響声」。「響く声」と書く。「お互い若いも若きも、この下北沢を音楽を通して理解しあい、より良い街にしましょう」という意味だという。下北沢商店街連合会や地域住民とライブハウスの店長たちが、実行委員会を担う。

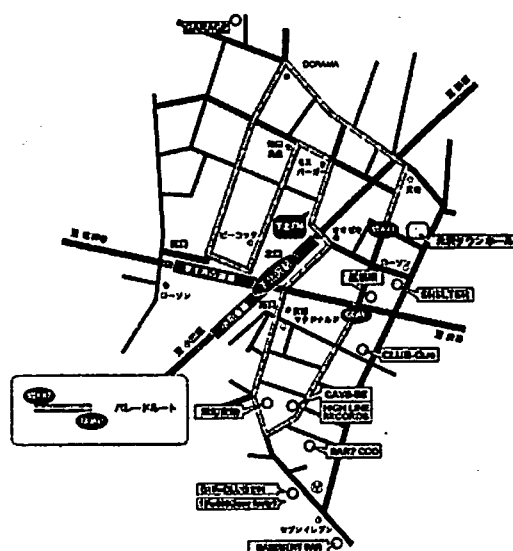


図 6-5

久保田氏らは、課外学習として小学校におもむき、「音楽祭とは何ぞや」と授業をする。子どもたちはライブハウスを見学する。コンサートのリハーサル風景も見る。ライブハウスの音を聞いて、子供たちは目を丸くする。それは「下北沢で生まれ育ったからこそできる経験。こういったことを経験させてあげて、この街が『ふるさと』なんだよ」ということを伝えたいのだという。

プロのミュージシャンが地元の中学校に行き、ブラスバンドを教え、音楽祭で街中をパレードする。最後は、北沢タウンホールでプロミュージシャンと一緒に演奏する。富士中学校は下北沢のライブハウスで卒業公演をする。「ライブハウスなんて、不良の始まり」と言われた悪いイメージの温床のところで、区立中学校が卒業公演をする。「そんなこと他所ではありえない」と氏は言う。「ライブハウスだって、収益があがらないから、普通は貸さない。プロミュージシャンを呼んで、1ドリンク 3000円 3500円だって運営されているわけだから、いくら親御さんが入場券買ったとしても、ハコとしてペイしない。それでも、街のためにそういうことをしてくれる。そういうことを理解してくれるライブハウスがある」（聞き取り）

阿波踊り、音楽祭に見られるように、彼らは「内」と「外」の下北沢、「地元住民の生活文化」と「来街者の若者文化」の折り合いを見事につけている。「新しい文化」を拒絶するのではなく、かといって「旧来の生活文化」を捨て去るのでもない。それらを上手く融合させ、商店街と町の活性化を図っているのだ。

3.3 シャッターギャラリー——アートと商店の交流

下北沢の商店を悩ませていた「落書き」もまた、若者の町に表れた「新しい対抗文化」であろう。この「新しい対抗文化」に対する対応には、「一番街商店街」と「南口商店街」の地域マネジメントの違いが良く表れている。氏らは「何も書かれていないシャッターがあれば落書きしたくなるが、すでに何か描かれているものに、落書きしようとは思わ

³⁰ 2009年、第19回音楽祭実行委員会会議で、「北沢音楽祭」は「下北沢音楽祭」へ名称を変更された。

ないだろう」。という「逆転の発想」から「落書きを消すのではなく、絵やデザイン画を描いてしまおう」と考えた。

2003年、商店街青年部は「シャッターギャラリー事業部」を設立した。商店街は塗料や養生代を負担し、商店街青年部員が自らの手でシャッターへの下地塗りを行う。そして、ボランティアで絵を描きたいという美術大学の生徒やデザイナーの方々に夜を徹して絵を描いてもらう。「おせんべい屋には浮世絵」。「靴屋には靴のしゃれた絵」。店のオーナーと打ち合わせてもらって、シモキタが好きな人に描いてもらう。「表現したいものを商店街のシャッターに書いてよい」と書く方も大喜びで書いてもらえる。

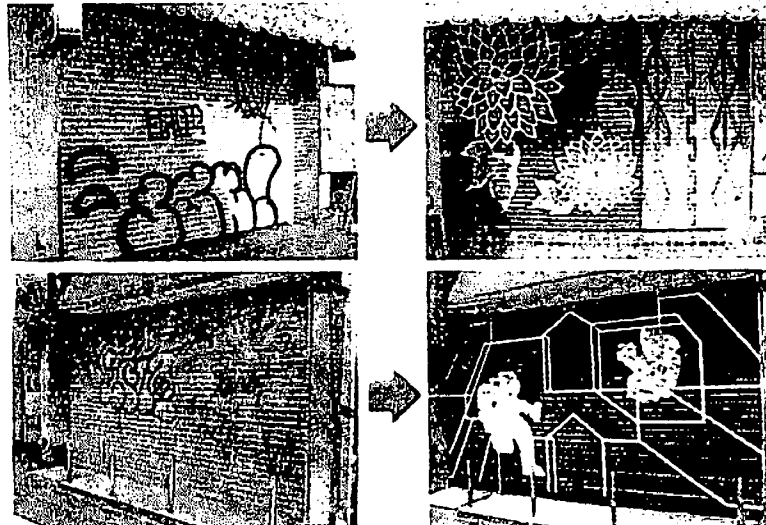


図 6-6 シャッターギャラリーの活動（下北沢一番街 HP）

実際、「絵を描いてもらったものには落書きされぬ」という不文律ができて、落書きされなくなった。新しい「対抗文化」とも言える若者の「落書き／グラフィティ」を、「消す」ことで町の美観を保とうとする南口。それを「上書き」することで美観を保つ一番街。どちらが「正しい」地域マネジメントなのかという判断はできない。しかし、一番街商店街の方法には、「新しい対抗文化」に飲み込まれるどころか、逆にそれらを飲み込み、各商店に適した、すなわち「生活に根ざした文化」へと転用させていく姿勢がある。

3.4 おやじの会—新中間層と旧中間層の交流

商店街の消費者懇談会は、通常「町会」や「消費者連合会」とやる。しかし、一番街商店街は、この地域の商圈に含まれるだろう小学校の「おやじの会」の親父さんたちに集まってもらった。久保田氏と年も変わらない。そこで、「子供を持つ親として責任を持って、町で活動し、アイデアを出してもらいたい」とお願いをした。父親たちは、店主たちと話しているうちに商店街をより理解してくれたという。逆に言えば、「下北沢に自分の意見が反映される」と思えば、親父さんたちもやる気になれると氏は考える。「イベントは何も無い。しらじらして、郊外の大きなスーパーマーケットで、アメリカナイズされて、ぼーんと買いなさい。それでいいんですか『そうじゃないところに、我々が居るんだ』』ということ、地域の皆さんに分かってもらわないといけぬ」。子供が草野球や阿波踊りで世話になっている商店から、父親が酒を買う。「地域」から遊離しがちな新中間層の父親たちと交流をはかり、商店街をつくりあげる。このことは、大型店に対抗し、地域経済を活性化させると同時に、地域のアイデンティティを強化させることにもなる。一番街商店街

の方法は、値段やサービスは別にある「互酬性の規範」が、今後の商店街や地域社会の活性化には不可欠であることを示唆している。

第4節 小括—商店街の存在意義

「商店街はもちろん商人ですからもちろんモノを売ることが大事だと第一義的には思うわけですけど、それだけでは大手さんにはかなわない。ポイントにしたって向こうはすぐ5%だ 10%だって出していく。しかも、古いも若きも、誰にでも、くっつけちゃう。品揃えも、サービスも、いろんな部分で、有利な部分は向こうさんにある」。「その中で、我々の存在意義として、商人としてではなくて、街としてこの街の文化や色々なものを伝承していく、伝えていく。祭礼で、神輿担ぐのもそうです。そうやって我々が中心になってやっていって街を動かしていくことが、町の安全にもつながっていく。誰もいなかったら神輿もあがらないし消防団もできない」。

本章冒頭で掲げた「新旧のバランス」や「若者文化」と「昔ながらの生活に根ざした“におい”」の共存という下北沢の町の魅力は、けっして偶発的に生まれたものではない。そこには、「新来の文化」を受け入れながら「旧来の生活文化」を保ち続ける地域社会の核となる人々の理念とシステムが存在している。それは、若者文化を支える各街区テナントオーナーの意見を取り入れる企業体的かつ自治的な商店街経営システムである。

むろん、それらのシステムが、すべて一番街商店街によって担われているというわけではない。若者文化を支え続けるライブハウスの店長たち、地域社会とは遊離しがちな新中間層の親父たち、「落書き」をする者も含め「シモキタ」を愛する若者、各イベントと商店街を支援する世田谷区という多様なアクターの集合的で交錯したメカニズムがある。しかし、これらの各アクターが、「商店街」という一つの機関的空間によってとり結ばれていることは確かではないだろうか。南口商店街は、80年代以降少なからず「外から見た下北沢」(＝若者文化)に飲み込まれ、埋め尽くされていった。一方、一番街商店街の理事たちは、新しい文化を取り入れつつも「内から見た下北沢」(＝地元文化)を継承するシステムを構築している。

第7章 下北沢南口の商店街マネジメント

第1節 個人商店の減少と盛り場性の強化

若者向けの街としての萌芽は早くからみられたとはいえ、南口にも生活消費財を販売するような一般の商店街としての顔は存在していた。しかしそれらの店舗は、特に80年代以降に下北沢が若者の町としての傾向を強めていくのと歩調を合わせるようにして次第に姿を消していく。地域への定住者を顧客にもつ近隣型の北口とは異なり、流動性が高く消費意欲の旺盛な若者を主なターゲットとする南口は、一帯の経済的価値を高めると同時に広域的な集客を狙う盛り場的要素を強めていくことになった。この過程で個人商店が減少していった。

「一例でいうとね、お豆腐屋なんてのもこの街にありましたがね。(今は)ほとんど皆さんスーパーで買うと。すると、そんな商売やってないで、店を貸しちゃって、自分はその家賃のあがりで食っていく。それで自分がまだ元気だったら家賃のあがりのほかに自分もどこかに働きに行くという形態ね」

吉田氏もこの例にもれずビルオーナーを生業とするに至ったわけだが、それは同時にテナント率の高さをもたらし、商店街としては必ずしも歓迎できる事態とはならなかった。これを吉田氏は「虚の実績」と呼び、危機感をあらわにする。

「今この街で、商店街で店をやっているうちの約八割がね、テナントなんですよね。そんなことですから、どうしてもやっぱり、昔からの家業を継いでる、たとえば、お菓子屋でね、昔からの和菓子で、評判の羊羹がおいしいとかね、最中がおいしいなんて言っても、だいぶ前になくなりましたしね。やっぱりそういう店がなくなってきちゃったんですね。今現在はまだ元気にこの街やってますがね、商売ははたしてそのままでもいいのかどうか私は疑問を持ってんです、非常に」

こうしたテナント率の高さが商店街振興組合(以下、「商店会」という。)への関心の低さを招いている、と理事長は不満を隠さない。商店会への関心の低さは、商店会としての一致団結が必要な際に足並みが揃わないという結果として表れることになる。

第2節 ショッピングプロムナード計画

ごみごみした街路の多い下北沢の弱点として、公共空間の狭さをあげることができる。このことは古くから地元の悩みのひとつであった。駅前に広場らしい広場をもたず、また災害時に緊急車両が入れる道幅もない。住民からは駅前自転車置き場などの設置に関する要望が繰り返し出され、そのたびに区側から「そのうち小田急線が高架化されるときに」という理由で延期されてきた、と吉田理事長は語る。しかし一度、小田急線の高架化を待たずに公共空間が拡張されるチャンスがあった。吉田氏が下北沢にビルを構えた少し後に、南口商店街に持ち上がったショッピングプロムナード計画がそれである。それは「商店街を単なる買い物の場としてではなく、それを利用する区民とのふれあいの場・かたらいの場・いこいの場として、安全性・快適性・利便性を考慮した魅力ある商店街に整備するもの」(世田谷区 2008: 193³¹)であり、具体的な内容としては「商店街が面する道路を改善したり、路上の整備・施設の整備や交通改善等」「道路に面した店舗の建物や敷地を利用し

³¹ 「世田谷区政概要 2008 年版」世田谷区。

て、買い物が便利になるような改善整備」「完成したショッピングプロムナードの維持管理」(世田谷区同)の三つが示されている。記録上では昭和57年度の東深沢商店街・三軒茶屋銀座商店街、翌年度の烏山駅前通り商店街、尾山台商栄会商店街に続く五番目のモデル商店街に選出されていた。

ところがこの計画は激しい議論のすえ、商店会で否決されてしまう。最大のネックとなったのは路面整備における道幅拡張問題であった。「道路拡張のために現在の建物をセットバックするというの大きな条件」であったことが、商店会の足並みを乱していく。「ごく最近(店を)建替えたところもあるし、これから建替えるところもあるし。下北沢で一番ね、自分の土地であろうが、あるいは借地・借店舗であろうが、一番おいしいところを下げることにはいかないと」。そして「そのころこの商店街が非常にもめましてね。毎週のように総会を開いて、その問題をやった」。結果として、十分な賛成票を得られず計画は頓挫することになった。現在では区政概要の年表からも下北沢のモデル地区としての記録は抹消されている(世田谷区2008:368-369)。

結局、悲願であった駅前広場の獲得はならなかったが、この議論に参加する過程で商店会では比較的新参であった吉田氏が中心的な役割を担うようになっていった。「結局は2、3年くらい(議論を)やったんですかね。それをやっている内に、私まつりあげられてしまったのです」「『こいつ商店街の代表にしちまえ』みたいなことでね。そこからやっているわけですよ」。

第3節 「シモキタ」の発見

しかし皮肉にも、この計画失敗が南口の繁栄を導く一因となった側面がある。

翌1983年に井の頭線沿いに本多劇場が開設され、「劇場の街」としての下北沢が産声をあげた。「住宅街のど真ん中に劇場をつくってどうする」と揶揄された本多氏の危機は、盛り場的要素を備えた小田急線の南側を土俵とすることで解決したといえる。この劇場に来た若者たちは、下北沢の街で食事や買い物などをして消費する。彼らの消費を目当てに若者向けの店舗が参入してくる。そうした店舗の集客力でさらに若者が増える。「循環」の規模が拡大していった。

観劇のため下北沢を訪れた若者たちは、そこが小劇場の雰囲気実に合う街であることに気づく。ごみごみした町並み、狭い路地。都心の大規模な繁華街が、その経済的価値を高めていく過程で近代的な空間秩序を手に入れて行ったのに対し、ショッピングプロムナード計画の頓挫などによって戦後のたたずまいをそのまま残していた。ここに来街者たちは、都内の他の都心や副都心にはない下北沢の「下北沢らしさ」を見るのである。さらに、モータリゼーションの流れに逆らうかのような細くくねった道の数々は、徒歩による回遊性をこの街に残していた。この街を訪れる人々が増えるにつれて、盛り場的な南口のすぐそばに古典的ともいえる近隣型商店街としての北口一番街が存在していることが「発見」されていく。劇場の開設をきっかけに、別々の街のような発展をしてきた北口と南口が、第三者的な視点のもとで「シモキタ」として統合されていくことになったのである。様々な論者により指摘される「多様性」という下北沢の魅力は、こうして生まれていったと考えられる。

しかしこのような下北沢再発見の恩恵を主にうけたのは、不特定多数の客層を相手にし

うる盛り場性を備えた南口商店街であった。この隆盛を背景に南口商店会への自負が生まれ、様々に先進的な活動を試みる下地となっていく。

「南と北の差が顕著になったのはここ20年くらいなんですね。結果として、私なんかの考え方、やり方が有効であったと、自分では勝手にそう思っているんですが。

世田谷区のなかで商店街が相当数ありますけれど、180くらいあるのかな。うちの商店街と同じような考え方で運営しているところは、おそらく無いんじゃないかと思うくらいです。」と。

第4節 外部の力を取り込む

南口の新しいとは一体なんだろうか。それは、来街者を消費者としてだけではなく、一緒に街をつくっていくパートナーとして活用しようとする試みであった。「街を知ってもらおうという活動とはちょっと違うんですね。我々がやってますのは、なるべく組合員の手をわずらわせないで、組合で費用もかけずに、加入している全商店をどうやってPRしていくか(ということ)」。この試みは、氏が商店会の危機として指摘する、テナントの増加への対応という側面があった。

氏によれば、テナントの店舗は商店会の活動への参加に対し非常に消極的だという。商店街でイベントなどを行おうするとき『手伝ってくれ』って言っても、誰も手伝いに来ない。役員の主だったの3、4人がてんでこまいですよ。なんで手伝いに来ないかというのと、テナントの店が非常に多い。しかも、本当のオーナーがその店にいない。別の所にオーナーがいて、そこに店長あたりを併設して。そんな『街に人を呼ぶ』っていうよりも、自分の店のノルマをどう1日、1日ひとつひとつあげていくかで精一杯で。そういう人は、なかなか地域の連携を前提とした行事に参加してくれないということで困ったんですね。

このような状況が続く、商店会活動を加入店舗の力だけで維持していくことが難しくなっていた。そこで氏は、商店街の主な顧客である来街者の力をいわば「利用」して商店会活動に生かすことを提案する。『「じゃあ、もう止めようじゃないかそれ。外の力を借りようじゃないか」ということで。特に私が10何年やってますのは、『下北沢好きな人間いらっしやい。みんな集まんないよ』ということ。こうして外部の力を街の維持に利用するという試みがスタートすることになった。「一緒になって下北沢の町をね、活性化したり、大事にしているというアピールを世間にしましょうや」という活動を展開し、現在に至っている。とにかく「下北沢が好き」という一点を訴え、その程度や個々人の来歴について問うことはしない。集客力に優れ、不特定多数に開かれた南口ならではのアイデアであるということができる。

第5節 落書き消し隊

その一環に「落書き消し隊」がある。下北沢の集客力の負の側面として、店舗シャッターや壁に対する落書き問題があった。「10年くらい前から下北沢の落書きがものすごかったんです。それをもてあましてね」。6年ほど前から毎月一回、街中の落書きを消して歩く活動を行っている。落書きの上にペンキを塗って消す作業であるため建物の所有者の許可が必要であり、当初は理解を得るのに苦労したというが、現在では20名以上の参加者を集めることができている。ここで注目されるのは、先に述べたように主戦力は来街者で

あるということだ。「落書き消しも毎月やってるんですけど、30人くらいなんですけれど、町の人じゃない人が20何人集まる」。「下北沢の町は、町の人もだけど、来る人も『この町をきれいにしよう。大切にしよう』って、そういう気持ちで参加してくれているんだ」と。こうした外部の力の利用は、一般の来街者に対するアピールもかねているという。「『参加に無関係なみなさんもこの町を大切にしてくれよ』とたえず機会があるとアピールしていく。そういうことが防犯上のことでも、色んなことでも、警察なんかの評価では、数字的には表れてはいませんが、効果があるんじゃないか。ということでね、町に来る人の力を活用する。変なことですけど、『この町は皆さんの町ですから、いっしょになって大事にしましょう』と」。

この活動の目的は、単に落書きを消すことではない。「街を大切にする」ということが最終的な狙いだと氏は語る。「『落書きを消して、街をきれいにする』というのは表面上のことでありましてね。それよりも、『街を大切にしているんだ』と」。こうして、街の活動に参加する来街者たちにとっては下北沢という街をより身近に感じるきっかけとなり、商店会にとってはコストを抑えて、かつ街のファンを増やすという一石二鳥の結果をもたらしているのだ。

第6節 現在の「若者」とのかかわり

最後に、氏らかつての若者たちと現在の若者がどのような交流をもっているのかについて検討してみよう。氏によれば特段問題はないとのことだが、実情は没交渉である、と語ってくれた。「本当のことを言うと、その、両方とも生かしてうまくは行っていないんですよ。両方ともある程度、無関心にね」。

下北沢演劇祭についても、商店街に協力を呼びかけても関心は薄いと嘆く。観劇後に利用できる割引クーポンなどを商店街で用意したが、協力店舗の少なさに苦しんだ。「参加する店舗が少ないんです。非常に少ないんですよ」。「結局いろいろ話を聞くと、そんなこと街でやっても、私の店はそんなの関係ないっていうんです」。

こうした商店会に対する無関心は、現在の商店会、少なくとも理事長である吉田氏の頭痛の種となっている。演劇祭の帰りに店で食事を楽しむような人がいれば、その店主は演劇祭の話にのっていける程度の関心を示すことを氏は求めるが、うまくいかないと嘆く。

「演劇祭でも、音楽祭でも、街でやっているからって、街の人がみんな関心を持ったり、協力したり、それからの効果を期待したりしていない、そこまで行っていない。

街の中でそんなことやっているなあ、くらい。だから、そのへんやっぱり本当はもう少しお互いに関心をもってくれれば、相乗効果はあると思うのですが」

下北沢の集客力がこうした無関心を増幅しているという。「商店街のほうが、そんなにお客さんを引っ張ることに、そんなに、憂いていない、おかしいけど。チャンスだったら、少しでも網を張ることをやったらいいのに、そういうことをしない、それだけ、貧乏なのかなと思う」といい、営業的には好調な商店街におけるつながりの弱さや参加意識の低さが課題であるとした。

また一方、顧客としてではないかたちでの若者との接触もいくらかあるようだ。特に表現の場を求めて下北沢のストリートにやってくる若者たちとは、深夜の騒音問題として住民生活との関わりで何度か交渉を持っているという。

「ひところは、この街は一晩中騒いでいてよいと思っていて、終電くらいに来て、駅前でドラムで真夜中までやってるのがいた。真夜中にもラップ吹いたり、私も何回も行って、年よりもいるからせいぜい1時までにしてって話したり、いろいろやった、何十回とって話したりしました。最近、住民が迷惑を食うくらいはなくなりましたね」

こうしたやりとりでおさまっているということもあり、氏に言わせれば「特段問題があるわけではない」状態にある。両者が協力したりするという場面はないものの、氏自身も彼らとの交流が自分のためになる部分もあったと振り返る。最初に苦情を訴えに行くにあたっては、全く別の社会的世界の住民という気持ちで、コミュニケーションの成立に対する不安から手探りで入っていくことになった。「正直そんなこと（騒音のこと）を言いに行って殴られてもいやだから、私なりにそこへ言って、真正面に座って2曲ぐらい聴いてから、なんとなく話をしてね」。そこからの氏なりのアプローチは次のようであったという。「いろいろ話して、その上で、あまり、このままやってると、住民が警察に言うから、あんたらも活動できなくなるからってことで、向こうの目線っていったら体裁いいけど」「『だめだよ』『こうだよ』とは言わず、そこまでしゃがみこんで話すとだいたい判りますね。」

こうして、若者たちには住民の存在とその生活があることを伝え、また氏自身も彼らが存外に「話せる」相手であることに気づいていく。それ以上でもそれ以下でもないやりとりだが、下北沢という空間をめぐって別々の社会層が触れ合ったという事実がここに一つ積み上げられることになった。互いが互いの視界に入っていくきっかけとなった出来事である。こうした経過を氏は「勉強になった」と言った。このような交流が一方では街の活動に来街者を積極的に取り込もうとする試みにつながっているといえるだろう。

第8章 下北沢の南北にみるマネジメントの違い

第1節 歴史的経緯がみちびく対照的なマネジメント

両者の違いは落書き問題への対処に象徴的に現れている。南口の落書き消し隊にしても、北口一番街のシャッターギャラリーにしても、主戦力を区外から招き入れ利用している点では同様だが、そのアプローチは質的に異なっている。

落書き消し隊への参加は「下北沢が好きな人」以外に条件はなかった。一方シャッターギャラリーではこうした参加への敷居は若干高くなる。一番街の久保田理事長は、著名な芸能人がギャラリーへの参加を希望したとき「売名行為なら要らない」という態度で臨み、一番街商店会の会合に本人が出席し、そこでスピーチを通して「下北沢への愛情」を商店会のメンバーが納得しない限りギャラリーのアーティストとして迎えることはしなかった、というエピソードを語ってくれた。こうした一連の手続きが儀礼に過ぎなかったとしても、ここで重要なことは、活動を通して下北沢への愛情を育んでもらえば良いと考える南口と、十分な愛情を持ってこそ活動に参加する資格があると考えた北口一番街の姿勢の違いである。このアプローチの違いを生み出しているものは何であろうか。

理事長のプロフィールをみてみると、両者とも地元出身で高学歴ホワイトカラーからの転身組であり、社会経済的な背景は似通った部分をもっている。逆に、最も大きく違うのは年齢であろう。二人の間には親子ほどの差がある。両商店会の性格の違いを説明しようとするとき、理事長の世代の違いによる部分は少なくないだろう。またパーソナリティの違いといったことも影響しているかもしれない。しかし両商店街の違いはそういった属人的な理由にのみ求められるものだろうか。北口一番街では、理事長を中心に20名の理事からなる理事会が構成されている。そして理事会の下には七つの地区単位にまで細分化された組織が出来上がっており、きめ細やかに地域の店舗から意見を集約できるシステムが運用されている。一方、南口商店街では組織運営したいにはそれほど熱を入れておらず、むしろガイドブックやウェブサイトなど、アウトプットを盛んに行うことで商店街の存在を内外に示してゆこうとする。こうした違いが現在の商店街活動における北口一番街の愛情重視型参加スタイルと南口のアクション重視型スタイルの反映であることは容易に理解できよう。これはもはや商店会の性格の違いを抜きにして考えることはできない。それぞれの性格は、それぞれの商店会の成り立ちによって形作られてきたものである。下北沢の歴史を紐解いてみると、商店街の歩みが現在の課題や商店会の運営に必然的に反映されていることが明らかになる。

生活消費者向けの近隣型商店街としての歴史を持つ北口一番街商店街では、いまま近隣住民へのはたらきかけを積極的に行っている。なかでも子どもたちに「ふるさと」として下北沢を位置づける試みがさまざまな形で活発に行われているが、その過程で「シモキタ」が利用される。理事長が「外からみた下北沢」と呼ぶ「若者の街」「音楽の街」「演劇の街」としての姿を、ライブハウスや音楽祭などを積極的に活用しながら確信的に意識させる手法によって、下北沢という街の個性をいわば対自的に学習させようとする。

これに対して南口では落書きへの対応に象徴的に表れているように、区内区外を問わず「下北沢が好きな人」に担ってもらいイベント的事業という方法が採られることになる。

このような両商店会のアプローチの違いは、双方の現在における課題にも反映している。南口は営業的には売り上げ好調な店舗が多く、地価も高い。しかし一方で商店会のイベン

トなどには「役員の主だったの3、4人がてんでこまい」という状況が長く続くなど、構成店舗の商店街に対する関心の低さが課題であり、理事長が「虚の実績」と嘆くところとなっている。この原因は単純にテナント率の高さだけに求められないことは、北口の一番街がテナントを上手く組織に組み入れているところからもうかがうことができよう。その北口の一番街では、商店会経営は95%以上の加入率を誇りテナント店舗の加入も比較的多く、活動そのものは順調と言ってよい。逆に営業的に住民をどれだけ商店街にひきつけられるかという、より商業的な課題が焦点となっている。

第2節 魅力を高める——「外から内へ」の南口・「内から外へ」の北口

それぞれの課題は広域的な商圈をもつ店舗の集積地と近隣型の地域密着経営商店街という、それぞれの商店街がたどってきた歴史の延長線上にあるといえる。そしてその結果、商業的な顧客である来街者をリピーターとして街に取り込むことによって成長を続けてきた南口は広域的な性格を持つようになり、「街をきれいにすることで街を好きになる」というアプローチを採ることになった。一方近隣住民を量販店に流出させまいと画策する北口では、「街を好きになることで街をきれいにしようとする」というアプローチを生み出していた。

いずれの方法も街の魅力を高めようという目的は変わらない。来街者たちを取り込んで街への愛情を育てようとする「外から内へ」の南口と、まずは住民の内側から愛情を喚起しようとする「内から外へ」の北口、いずれの手法も下北沢の魅力を高めるための有力な手立てとなっているのである。

第9章 下北沢のこれから（第6期下北沢）

第1節 下北沢駅周辺地区 地区計画

そして今、「下北沢のはじまり」を生み出した鉄道交差をめぐって、これまでその足跡を見てきた様々な社会層の関係が変わろうとしている。すなわち、小田急線の連続立体交差事業に伴う都市計画道路（補助54号線）の事業決定、都市再開発事業による下北沢の再編である。平成18年（2006）に都市計画決定された下北沢駅周辺「地区計画」は（1）「代々木上原」～「喜多見」まで世田谷区を縦断する小田急線連続立体交差化³²、（2）「補助54号線」「駅前広場」の整備に伴う都市計画事業、（3）小田急線上部利用が核となる³³。一つの「鉄道交差」によって発展したこの町は、その社会・物資・資本の結節点の改編によって新たな展開を迎えようとしている。都市計画道路と交差することによって、この町の中心部に新たな都市拠点を生みだそうとしているのだ。

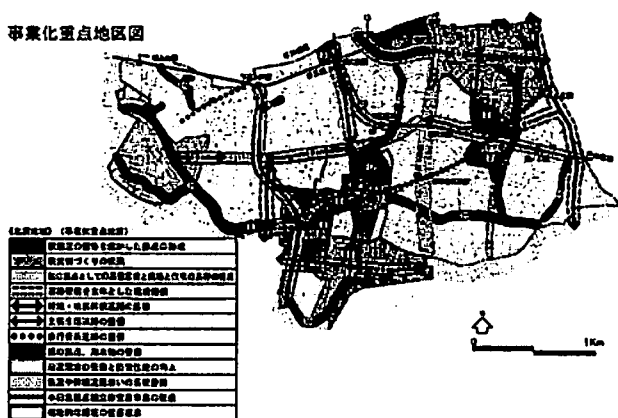


図9-1 「北沢地域整備方針」
（世田谷区都市整備部都市計画課 2005³⁴）



図9-2 「下北沢駅周辺地区計画」
（2006）
施設・歩行者回遊軸計画図

連立事業の効果は「交通体系の強化」と同時に、「駅周辺の市街地整備」を一体的に行うことにある（日本都市計画学会編 2003³⁵）。実際、下北沢地区計画では「街並み誘導型地区計画³⁶」を活用し、次の点が目指される。（1）「土地の合理的な利用」「道路空間の確保と建築物の不燃化」「秩序ある景観」の形成。（2）「歩行者主体の安全・快適で、回遊性のある魅力的な商業空間」。「生活と文化を育み、地域の“心”となる安全で住みよい賑わいの街」の形成である（世田谷区都市計画課同）。

このことをめぐって、極めて活発な論議がなされてきた³⁷。ここでその是非を問うこと

³² 「連続立体交差事業」は「市街地などにおいて、道路と鉄道の交差部が連続する鉄道の一定区間を高架化又は地下化することにより、多数の踏切道の除却及び多数の道路の立体交差化を一挙に実現する」。昭和44年（1969）に建設省と運輸省の間で締結された「都市における道路と鉄道との連続立体交差化に関する協定」（建運協定）に基づく。

³³ 世田谷区都市計画課「下北沢駅周辺地区 地区計画」。

³⁴ 世田谷区都市整備部都市計画課，2005，『世田谷区都市整備方針』（2005年3月修正）

³⁵ 日本都市計画学会編，2003，『実務者のための新・都市計画マニュアル——都市交通施設』丸善。

³⁶ 「街並み誘導型地区計画」とは、「道路斜線制限や全面道路幅員による容積率制限を緩和する代わりに、建物の高さや道路からの壁面の位置等を定めることで、良好な街並みをつくっていく地区計画」（世田谷区生活拠点整備担当部拠点整備第一課）

³⁷ たとえば、木村和穂，2005，「単なる道路問題ではない——下北沢の再開発を問う」『現代思想』33(5)。小林正美，2006，「連続立体交差事業による地下化後の地上利用について——小田急線下北

はできない。しかし、この一連の過程は、「世田谷の魅力を高めるまちづくり」と無縁ではない。なぜなら、この事業に賛同するしないを問わず、人々は「下北沢的なものとは何か」という問題に直面せざるを得ないからである。

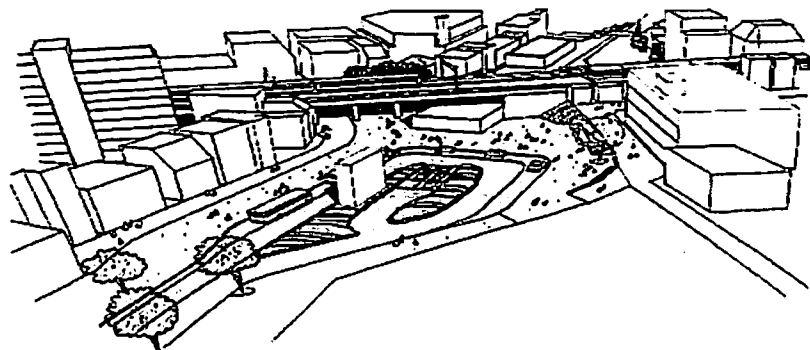


図 9-3 下北沢駅周辺・駅前広場イメージ
(世田谷区道路整備部「駅周辺街づくりの整備計画」)

第 2 節 「演劇の街」創始者の声

本稿でその足跡をたどってきた人々は、この下北沢の再編をいかに受けとめるのか。むろん、ここであげる人々が、地域社会すべてを代弁しているわけではない。この町を形成してきた複数の社会層それぞれが、それぞれの論理をもってこの町を生きようとしている。補助 54 号線は、本多グループの「ザ・スズナリ」を通過する。再開発の計画によれば、駅前の建物規制は 17 階まで緩和される。

劇場オーナーである本多一夫氏は述懐する。35 年前に「鈴なり横町」の土地を買った際、「54 号線が入ってるから、高い建物は建てられないよ」と言われた。「横丁の半分は削られるんじゃないか。その時は建て直してね、半分なくなるんだから 5 階ぐらいにしてもいいかな」。「こんなアイデアはどうかっていう提案を、図面に描いて出そうと思って。下北沢らしい、他の街にないことをやらなくちゃ。まねはいらぬの。芝居で、まねが一番嫌われるから」。60 年前からあるその補助 54 号線計画に対しては否定的だが、本多が提案する企画は『絶対でかいビルが建たない』。そう力強く言った後、『長年やってきたから』と朗らかに笑った (Switch2005) ³⁸。



図 9-4 ザ・スズナリと補助 54 号線

第 3 節 一番街商店街の声

図 9-4 のように、「補助 54 号線」は、一番街商店街をはじめ駅北側の商店街を貫通する。

沢周辺のケース』『都市計画』55 (1) 日本都市計画学会。二瓶正史, 2006, 「道の履歴がつくる『下北沢らしさ』」『建築とまちづくり』341 新建築家技術者集団。など参照。

³⁸ 「本多劇場：演劇の街、下北沢一全てはここから始まった」『Switch』2005. 5.

都市計画道路 補助 54 号線は、戦後間もない昭和 21 年 (1946) に計画決定されている。昭和 39 年 (1964) には、小田急線連続立体交差事業 (都市高速鉄道 9 号線) が都市計画決定され、補助 54 号線の線引きがなされていた。この町の住民にとって、この計画はけっして新しい問題ではない。昭和 59 年 (1984)、下北沢の街づくりを議論する場として、地元 2 町会・5 商店会会長から選出された会員、北沢地区町会連合会会長により「下北沢街づくり懇談会」が発足した。懇談会は、「下北沢の再編」を受容する立場をとり、平成 10 年 (1998) には「下北沢グランドデザイン」を区長に提出している。

この町の再編に同意している者たちにも、彼らなりの論理があるはずである。一番街商店街、少なくとも久保田理事長は、この「下北沢の再編」に対し、いかなる考えをもっているのだろうか。久保田氏は言う。「親父やじいさんたちが、『まちづくり懇談会』で議論をして、町の『グランドデザイン』を作っていた。その状況を見て育った我々にとってみれば、(道路計画に) 異を唱える話でない。「逆に言えば、そのなかで育ってきた連中が、人生設計といったら大袈裟だけれど、今日まできている。バブルの時はビルも建てられたけれど、『ここは (道路として) 取られるから駄目だ』と我慢してきた人たちがいる。今になって『急遽、計画はナシ』となったら、(土地を) 取られることを前提に商売をしてきた人たちは『俺の人生はどうなっちゃうの』ということになる。人生設計をしてきた人たちが仲間にいる僕らにとって、それ (計画の撤回や変更) は容認できるものではない。移転する時、良い状況で新しいステップが踏み出せる体制には応援するが、仲間が無残なことになる結果を我々は後押しできない。商店街として、組織として、仲間として、人として」(筆者聞き取り)。

この町の商店街理事たちは、経済的利権だけを理由に、この町の再編を受け入れたのではない。たしかに、この町にみせられ、自ら新しい文化を生みだしてきた者たちにとっては、それは「寝耳に水」のであったかもしれない。しかし、この町の先人たちの「人生」にとっては、この町の再編は確かな予定として、引き継がれてきたものであった。この立場にたてば、下北沢の再編は、この町の「歴史を無にする」ではなく、「歴史を受け継いだ」ものだとさえ言えるかもしれない。

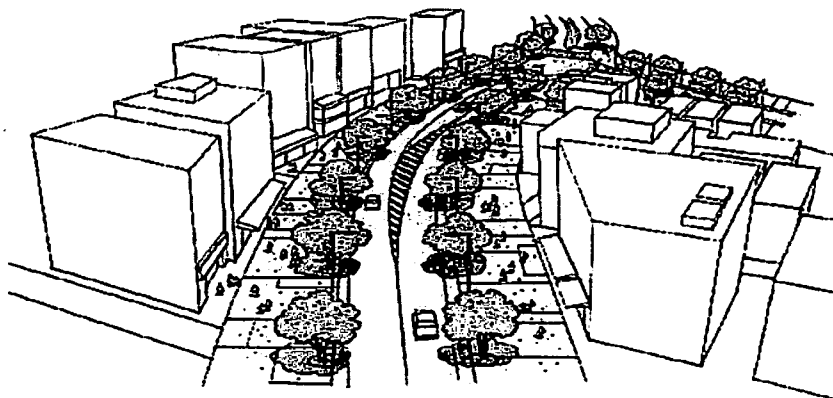


図 9-5 補助 54 号線イメージ

(世田谷区道路整備部「駅周辺街づくりの整備計画」)

『あんな 20 数メートル道路、要らないじゃないか』と言うかもしれないが、もう線も引かれている。『既に決まった中で、最大限良いものをつくろう』と考えることが当たり前

になる。『決まった路線をどう作り込んでいくか』『こっち町、あっちの町、どうしたら町全体を良くできるか』という議論をしたい。車道が9m、歩道が8m、8m。歩道が8mといたら表参道と一緒にしょ。そのぐらい広い歩道が付いた2車線が行って来いの両サイドがある。『車道が通るまで、両サイドを自由に使わせてくれ』と。『もう道を造って、街路樹も植えてくれ』『大道芸をやったり、音楽会をやったり、区民や来街者が集えるような場所にする。車道が通ったら、返しますから』『反対』『賛成』ではなく、道路ありきで通している。色々な方面から下北沢の応援をもらわなければならないと思っています。これから町が変わるまで何年もかかるけど、変わった街は50年100年続く、子供や孫子の代まで残っていく町なのでね。責任を持った町を残していくのが、我々の使命だと思っている。機械的に街を作るのではなく、暖かみのある街ができれば」(聞き取り)。

第4節 小田急上部利用計画

前述した「建運協定」第10条にはこうある。「都市計画事業施行者は、連続立体交差化によって生じた高架下に、国又は地方公共団体が自ら運営する……公共の用に供する施設で利益の伴わないものを設置しようとするときは、高架下の利用につきあらかじめ鉄道事業者と協議するものとし、鉄道事業者は、その業務の運営に支障のない限り協議に応ずるものとする」。平成20年8月1日から10月31日まで、区は、区内在住・在勤者から上部利用計画アイデアを募集した。「上部利用計画(区案たたき台)」を用意したうえでのアイデア募集ではあったが、各団体がアイデアを提出できる機会となった。

表9-1 上部利用の経緯及び今後の予定³⁹

平成14年4月	「駅周辺街づくりの基本計画」策定
平成15年4月	「駅周辺街づくりの整備計画」策定
平成17年2月	「上部利用方針(案)」を公共交通機関対策等特別委員会報告
平成17年3月	「上部利用方針」策定
平成20年	「上部利用計画(区案たたき台)」作成 区民アイデアの募集(8月1日～10月31日)
平成20～21年	専門家(学識経験者等)を交えた区民アイデアの検討
平成21年末	上部利用計画(区案)策定(予定)
平成22年	東京都などの関係機関との協議を経て、上部利用計画決定(予定)

下北沢商店連合会(四商連)は、まちづくり委員会を設け、ひとつの上部利用案を提出した。「今回はじめて、4つの商店街がひとつにまとまって、アイデア出しができた。今までは『こっちに良いものが出来れば、こっちが駄目になるじゃないか』という村意識がどうしても働きました。『総論では賛成でも各論は…』というのがありました。これからは街間競争。新宿・渋谷は新しいメトロで栄え、後背地には吉祥寺がいる。この下北沢が生き残るためには、町ひとつとしての集客が必要だ。「下北沢の町の個性・特性を残しつつ、魅力ある町を表現したい。それに対して、方法論は色々あった。結果的には100%の話ではない。60%か70%の話かもしれないけれど、『大同団結して、ひとつのアイデアを出す』という意義があった」(聞き取り)。

第5節 小括

³⁹ 世田谷区生活拠点整備部担当部拠点整備第一課、2008、「小田急線上部利用通信No.1」。

この町の鉄道駅、商店街、市場、劇場などを介して、多様な人々が関わり合い、この町の文化を発展させてきた。これまで各章で見てきた、戦前から始まる商店主たち、70年代以降流入した演劇人や音楽人、80年代以降の若者たち、市民団体、そして行政が、この町の「魅力」を醸成してきたのである。鉄道交差で区切られた下北沢の各ブロックのなかで、彼らは棲み分けながら、固有の社会と文化を育て、多面的な下北沢の魅力を生み出した。

下北沢の再編は、これらの魅力的な町の独特な形態や、多面的な文化を損なう結果となるのだろうか。必ずしもそうとは言えない。なぜなら、この再編計画によって、これまで単なる商売上の関係で終わり、「無関心」に生きたかもしれない、異質な社会層がはっきりと互いを意識し、摩擦や協調を生み出したからである。

もちろん、これらの社会層はそれぞれ立場も利害も異なる。彼らの思いが完全に一致することはないだろう。しかし、この町の未来をめぐって、それぞれの立場から、この町の現状が認識され、町の「あるべき姿」が主張され、論議が重ねられている。その社会的文化的交流は、この町の複雑で、難解な文化的アイデンティティ (identities) を明確にしたのである。それゆえ、この町の再編は、「下北沢的なもの」の発展の萌芽とさえなりうるのではないだろうか。

第10章 世田谷の魅力を高めるために

第1節 下北沢の街づくり

さて、これまで述べてきたように、下北沢の人を引き付ける魅力を事例調査中心に解明してきた。ここでは、街づくりの視点に立って検証してみることにする。参考文献として、齋藤友之(2008)⁴⁰の記述から追ってみよう。

街づくりに必要なものとは「一定の地域に住む人々が、自分たちの生活を支え、便利に、より人間らしく生活していくための共同の場＝街をお互いに協力して如何につくるか(田村明「まちづくりの発想」岩波書店、1987)ということの重要性が強く認識されてきている。しかし、住みやすいまちを創ることは容易ではない。」と、また、「まちづくりとは、地域を構成する各主体が協働して、将来にわたって安全で人間らしく豊かな生活を過ごせるようにするための活動である。この場合、まず①現実の環境を評価し、②良い環境を保全し、③悪しき環境を除去し、④現存するストックの管理運営方式を改善してこれを最大限に活用し、そしてそれでも足りないときには、⑤新たに必要環境を付加し、⑥これらを常にシステムとして相互に関係づけ、結びつけるといった手順で進められるべきもの(総合研究開発機構「分散型社会における都市経営の方向」1981)ということができる。むろん住んでいてよかった、住みたい、住み続けたいと願う気持ちからまちづくりは始まる。そしてその地域の主体となる人々が取り組むべき課題とその範囲に応じて、あるいはそれとは別に一通り既存の環境をまず適切に評価することが出発点になる。まず自分のおかれた地域の実情を十分知ることが第一歩である。」(齋藤 2008)と記述されている。これを下北沢のまちづくりの過程と照らし合わせるとどうだろうか。

我々は下北沢を探るうえで、事前に歴史を調べ、区民意識調査や国勢調査、商業統計のデータを調べ、さらに下北沢に関する文献やまちづくり関係の文献を読み、事例調査(ヒアリング)に臨んだわけである。お二方の商店街振興組合の理事長にヒアリングを行い、過去の歴史やご自分の人生について語っていただいた。しかしお二人とも力点を置いたのは、商店街振興組合の数々の先進的な取り組みや今後の方針といったマネジメント論であった。それは、商店街振興策に加え地元住民を取り込んだ地域振興策の二つである。そしてそのお話は、前記の街づくりの手法の手順とも一致するものであることに驚いた。すなわち下北沢の街づくりは、商店街の様々な取り組みが、直接下北沢の地域振興に結びつき、下北沢の発展の支えとなっているのである。もちろん苦労話や後継者問題など解決していく課題は多いものの、下北沢の将来の発展を睨んだ取り組みを着々と進めている。例えば、おやじの会(地域)との連携、小中学校との連携(阿波踊り指導や音楽祭への参加)や、シャッターへの落書き対策などである。昨年、下北沢南口商店街振興組合では、外国客向けのガイドを作成するなど、国外にも目を向け始めた。過去にとらわれることなく、また目先のことでなく、下北沢の将来を考えた先見性のある取り組みである。

また、「まちづくりは、もちろん人が行うものだが、一人あるいは少数で行うものではない。あくまでも、地域の多数の多様な人々によって創られるものである。まちづくりの成否は、人々をどのようにつなげ、どのように知恵を出し合い、異なる意見を調整し、合意を形成し、実行していくかの仕組みづくりにかかっている。」(齋藤 2008)と述べている。

⁴⁰ 齋藤友之, 2008, 「地域個性を見つける・活かす」『地方自治職員研修 2008 1』公職研。

下北沢は、街づくりを進めていくうえでその要となる役割を商店街振興組合という組織が担ってきたということが分かってきたのである。下北沢の街に対する各商店街の取り組みは、必ずしも同じものではないが、かえってそれが各々の特徴を引き出し、個性ある空間を生み出している。この努力がいつ訪れても飽きの来ない街下北沢を演出しているのだろう。

第2節 下北沢の魅力

それでは、全体の事例調査を通して明らかになったことをもう一度簡単にまとめてみよう。

下北沢は、戦前、戦後、現代といつの時代においても近隣住民の生活を支える重要な空間であった。そこにその時代に応じた商店(商売)が出現していったのである。第1章、下北沢の社会層の蓄積でも述べてきたが、大きく7つの時期に分かれる。その節目として象徴的なものとしては、小田急線(1927年)と京王線(1933年)の交差するターミナル駅となり、多くの買い物客や通勤客が立ち寄れる環境となり、「東京北澤通商店街商業組合」が結成され、現在に至る原型が生まれたのではないかと推測される。その後の敗戦によって出来た闇市も大きな存在である。交差する鉄道は、近隣の住民以外にも近郊から食料品や日用品を求める多くの買出し客を運び入れた。当時の賑わいは一入であっただろう。また、高度成長期には、交通の便の良さに加え新宿や渋谷といった都心に比べ比較的地価の安い下北沢周辺には近隣の大学に通う大学生のために多くの下宿屋が存在していた。こういった大学生を始めとした若者が好む「歌声喫茶」や「ジャズ喫茶」、「麻雀屋」といった店が進出した。いわばこれが「若者の街」と言われる出発点といっても過言ではないだろう。

その後の転機は、劇場や音楽といった新たな文化の流入である。一つの大きな転機は、本多一夫氏の個人劇場「本多劇場」の設立であろう。演劇に携わってきた人、演劇の道を目指す人、また演劇の場を求める人にとって憧れの地となったのである。そして演劇文化は「下北沢演劇祭」として実を結び、代名詞となったのである。もう一つは、ライブハウスという店が音楽文化を呼び込み今では「下北沢音楽祭」として実を結び、これも下北沢の代名詞としてとなった。もう一つ特筆しなければならないのが空間の配置である。下北沢駅を中心して、4つの商店街の空間がある。これがどこの商店街も違った雰囲気(個性)があり、消費する側にあっては、空間を移るごとに新たな創造(消費)を掻き立てるのである。

また、下北沢を舞台にして活動するグループも多いようだ。芸術家の卵たちが自己表現できる場をつくろうと、若手映像作家らがインターネットを使ったウェブテレビを開局し、夢を追う若者の姿を通し、下北沢の魅力を発信している(『東京新聞』2008.5.26)。最近の下北沢は、若者だけでなく親子連れで訪れる人も多い。あらゆる世代が心地よく共生する下北沢を実現しようと、子連れの母親向けに開店した「コミュニティカフェぶりっじ」がある。ここには、買い物途中に授乳やおむつ替えができるスペースなどがあり、また母親の孤立を防ぐため、子育て情報も提供している(『東京新聞』2008.11.29)。このように下北沢界隈では、絶え間なく新たな活動が始まり、それがまた人を引き付ける魅力となっていることも事実である。

下北沢の街は、その時々時代の流れに応じて、常に変化することで進化を成し遂げて

きた。その力は、その時代に生きた商人達や商店街の努力であつたり、そこで生活を営む人、下北沢を舞台に活動する人、外から訪れる人々など、下北沢に対する愛着心が活力となったのであろう。そしてその魅力は、下北沢という地域のブランドとして、数々のメディアで取り上げられ、日々昼夜を問わず人々が集い賑わいを見せているのである。

第3節 おわりに

この研究は、地方分権の潮流の中で、世田谷区が自主・自立に向けた取り組みを積極的に進めるとともに、大いに世田谷の魅力を発信することで定住人口や交流人口の増加を図り、世田谷区の永続的な発展を見出すためにはどうしたらいいだろうかということ、「せたがやの魅力」という言葉を一つのキーワードにして考えてみようとした研究である。昨年の研究では、住宅都市世田谷は、都心からの距離に加え、自然や緑の多さ、交通の利便性に加え、充実した政策等によって住んでみたいまちのランキングは上位となっていることが分かっている。また、「高級感」といったイメージも今後ブランドを考えていくうえで重要になってくる言葉である。この築き上げたイメージは、崩すことなく継続・発展させていくことが何より大切なことである。

我々の二年目の研究は、そのイメージから離れ、集客(観光に近い)という視点を空間構造などから考えてみたものであった。住宅都市世田谷は、都心の中でも浅草や東京タワーといったランドマーク的存在がない。では、何をターゲットにして、誰に情報を発信すれば集客につなげることができるかといった課題は多く、順次整理していく必要がある。

しかしながら、その中でも世田谷で一番の集客力のある、若者の街、演劇の街、音楽の街と呼ばれ、数々のメディアにも取り上げられる下北沢という街のしぐみを紐解くことで、おそらく他の地域にも参考になるのではないかと、下北沢に目をつけたのである。確かに小田急線と井の頭線が交差する鉄道交通の結節点であり乗降客も多いといった恵まれた環境であることはいうまでもない。しかし、それだけでは、来訪者は訪れない。区内外を問わず同じような条件の街はいくつもあるが、それらの街が下北沢に匹敵する集客力を備えているとはいえないだろう。やはり街づくりの核となる者(下北沢では商店街)が、その地の利を最大限に活かす取り組みや、知恵を出し合い、地元住民を始めとして、その地に愛着のある来訪者を巻き込み、一体となって街づくりを進めている点が下北沢に人を引き付ける大きな力となっているのであろう。

結論としては、当然のごとく一般的に言われていることになってしまい、奇抜なことは書くことができないので了承願いたい。

最後になるが、地方分権という流れは確実に動いており、自治体は更なる自主・自立を目指して様々な知恵を出し合い、これまでの自治体の発想を超えた新たな取り組みを次々に繰り広げる時代となった。要するに、住んでいる人々、住民が満足して生活できる街であり、選ばれる街でなければならぬということ強く自覚し、我が街のPRを行なっているのである。しかし人に共感を与えるPR方法はそう簡単ではない。情報発信の工夫や仕掛けが非常に重要になってくるのである。地域にある資源(財産)をいかに活用し、PRを行い人々を呼び込むか、これは従来のお役所が行ってきた、パンフレット(カタログ)を作成し配布するといった単純なものでは時代遅れなのである。今までの発想から脱却し、民間の発想やノウハウを活用し、人の心を引き付けるようなパンフレット等を作成してい

く必要があるだろう。既に都心の区でもＪＴＢと連携し自治体版「るるぶ」を発行している。都心の人口規模の大きい自治体であっても積極的に我が地域の魅力をＰＲし、人々を魅きよせることに力を入れる、そんな時代となったのである。また、人を動かす工夫で言えば、来るのを待つのではなく、招くといった発想もある。地元住民を取り込んだイベントや自治体間交流を活用した相互の住民交流、修学旅行の誘致などが考えられる。今回の下北沢のように地元の力で創り上げてきた魅力を始めとして、世田谷区が持ち合わせる魅力を大いに活用し、内外にＰＲすることで世田谷区の更なる発展を期待したい。

この研究を通じて、現場に出て様々な人達に出会い、お話を聞くことができたことは大変有意義なことであった。また、自分の足で街を歩き、街を見て、今まで知らなかったことが数多く分かってきたのである。この研究では、気づきにとどめ、政策提言を行うものではないが、今後我々が政策を考えていくうえで、こういった研究の一連の流れ(仮説づくり、研究手法の選択、現場でのヒアリング、分析)が非常に重要であることが身にしみて分かったのがもう一つの収穫であった。