

# 商いの新しいものさし

第156回

（株）商い創造研究所  
代表取締役

松本 大地

## 渋谷と池袋のエリア特性と都市街づくり

今年の東京でのハロウィン風景から、都市街づくりの違いが垣間見えた。「ハロウィン目的で渋谷駅周辺に来ないで欲しい」と異例のメッセージを発した長谷部渋谷区

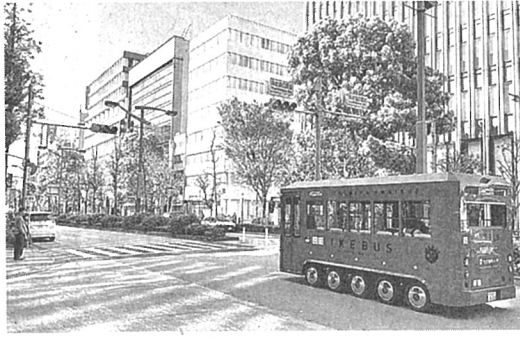
長。渋谷は世界レベルのインバション都市づく

りを目指し、総合計画の中に「愛せる場所と仲間を、誰もがもてる街へ」と訴えてきた区長にとっ

ては苦渋の決断であった。背景には昨年のソウル梨泰院（イテウォン）での雑踏事故もあるが、最近の渋谷センター街で

は路上飲みによる騒動が頻繁に起きるなど、治安の乱れが目立ってきたのが要因である。

渋谷は若者文化や最新トレンド発信の街だが、昨今の渋谷ハロウィンには「自分勝手ハロウィン」になった。自口表現を尊重して



池袋を縦横に回遊する環境配慮型IKEBUS

重

最近、豊島区を代表する池袋が、なぜ持続可能な街に変わっていったのか。2014年の日本創

成会議にて少子高齢化による人口減と税収減によ

り、全国の市区町村1799のうち896が消滅可能性都市になると発表

された。その中に東京23区では唯一豊島区が該当した。歓楽街の男性志向イ

メージから脱皮できずにいた行政は、女性にやさしい街づくり政策に大きく舵を切った。PFI手法による南池袋公園の再整備をきっかけに、4つの公園整備や区役所の移

転による街なかのインフラの大掛かりな整備を実施した。今や子育て世代が訪れる池袋として注目

されており、今年2月に逝去した故高野豊島区長は再生に大きな足跡を残した。

これに対して、渋谷区長は宮下公園再開発事業や、100年に一度という渋谷駅前再整備など、ダイナミックな都市再開発事業へのチャレンジを続ける。自ら都市街づくりにつながる政策を実践

するプロデューサーとして、率先垂範のリーダーシップを発揮している。

独自の個性を高めた街区を進展させる池袋。世界でもトップレベルの若いエネルギーが集積する渋谷。それぞれが個性や資質を活かしながら、この先、どのような都市街づくりがポイントになるのだろうか。

東京都の人口は20年には1397万人だったが、コロナ禍で21年、22年と26年ぶりに人口減少に転じ地方に分散するかと予測されたが、23年には1410万人に達した。一極集中が続く東京での次世代に向けた都市開発は、「多様な人が暮ら

し、働き、集い、活動できる場所であり続ける都市型「ミクスユース」が主流となる。例えば新宿副都心のように高層ビルが集中したオフィス

のシンケルユースの街では、昼夜間人口の差、平日と土日の差が大きく、街の界隈性が生まれにくい。弊社がある千代田区

では、昼間人口85万人に対し、夜間人口は6・7

万人と格差が大きい。人が住まない街では、街の構成員の偏りによりコミュニティが育たない現実がある。

冒頭でのハロウィンに大きな差異があったように、街は集まる人の資質によって影響を受け、性格の良否はパブリックマインドを生育できるかで左右される。日本ではパブリックは「国が、行政が提供するもの」という意識が強い。しかし、欧米では「私たちのもの」と意識され、そこからパブリックマインドが育

つ。パブリックマインドは、皆のために役に立つようなことをする気持ちであり、公共のためを思う公共心として街の資産になる。

渋谷と池袋。2つのダイナミックな都市再開発が進捗する副都心において、多様な人が街で交わり、街が濾過器とな

って人の創造性を高めていけるか」に未来展望があるだろう。それぞれの

エリア特性を生かした都市街づくりに向け、大きな舵を切り出している。