



道を公共の居場所にするチューリッヒ商店街

居場所は響き合う ギャザリングスペース

株式会社商い創造研究所 代表取締役 松本 大地

居場所とは自分が存在する場所のことだが、英語では「Place of my own」と、自分の存在感を感じることができる場所とあり、英語の方が個人よりも社会に属する自分の居場所の意味合いが強い。居場所を職場でも自宅でもない、自分にとっての第3の場所というサードプレイスに捉えるケースもあるが、スターバックスで一人パソコンを扱っている姿を見ると、解放され一人として過ごす場所の意味合いが強いように感じる。社会性を伴った居場所を私は「ギャザリングプレイス※」と呼び、人と人との交わりがあることで語らい、刺激、発見があり、生活文化の楽しい暮らしやその空間が息づく場と考える。ギャザリングとサードプレイスとの大きな違いは、サードプレイスは人との交わりが少なく、新たな化学反応が起きにくいことである。

さて、現代社会で失われた居場所に、縁側、縁台、縁日がある。「縁側」は、家の建物の縁部分に張り出して設けられた板敷き状の通路で、軒下で庭などの風景を

※ギャザリング gathering 集会。集合。集めたものの意味

眺めながらお茶を飲んで少しの間おしゃべりをする場所。「縁台」は、家の庭や店先に置いて、お茶を飲んでおしゃべりしたり休息したり将棋を指したりする木製の台。「縁日」は、神社仏閣で行われる行事で、由来のある日に神仏の供養をし、祭りを行う日。人が集まることで露店などが多く出る非日常の場所をいう。個人と社会との関係で整理すると、縁側はプライベートゾーン、縁台はプライベートとパブリックゾーンが合わさったゾーン、そして大勢の人が集まるハレのパブリックゾーンが縁日と大別できる。「縁」は交わる、結びつくことであり、それぞれ3つの縁が育まれたのが、戦後の昭和の時代ではなかろうか。縁を時代検証すると、いかに現代社会での家庭、近所、地域での社会交流空間が希薄になっていったかがわかる。

さらに現代社会で失われつつある居場所が商店街である。中小企業庁によると、30以上の商店が連続して集まる地区を商店街と呼び、現在の全国の商店街数は約15,000か所。この30年余りで総店舗数は約4割減少したという。商店街が衰退した原因を大型店やショッピングセンター、コンビニといった業態による物理的な環境変化だというのが、実際は商店街が自助努力を怠り、時代対応できず、市場の変化、顧客ニーズに応えることができなかったのが真の要因である。自然発生的な生い立ちから、それぞれの個性や特徴が見出せず、雑居化した印象がぬぐえないのも事実。逆に個の技や商才、商店街の集合力を活かして時代と共に繁



商店街と道が縁を育むたまブラーザ

栄を続ける商店街も多々健在である。しかしながら、商店街の6割は飲食店舗とクリニック、美容、塾、不動産、携帯電話販売などのサービス業態が占める現在、商店街を「買い場」から違う目的の場所にする構造改革が必要だろう。

商店街の新しい可能性と居場所との相関を考えてみた。商店街の基本は、電気、水道、ガス、電話など日常生活に欠かせない地域の人の暮らしを支えるライフラインであり、生活基盤のライフラインには居場所としての役割が求められているのではないだろうか。小さな商店街は縁側のような寄り添いが、中くらいの商店街は縁台のようなふれあいが、大きな商店街は縁日のような賑わいをつくることで、地域に「縁」が戻ってくると期待したい。元来、商店街は店主と顧客の顔と顔がわかる親近感が強く、「縁」と「居場所」は切っても切れない密接な関係を思えば、買い場ではなく日常の交わりの場にしたら良いだろう。高齢化が進展すれば高齢者が休めるよう心地良い縁側、縁台のようなお休みどころを、子供が安心して遊べるような砂場や遊具を、医療機関と組んで健康講座など、日常生活に役立つ居場所の機会をたくさんつくり、出会いを商店街の中に積極的に取り入れることだ。地元だからできる共生感覚でローカルファーストな存在になれば、地域との縁を再構築することは可能だろう。

もう1つの居場所づくりで考えたいのが「公園」である。都市公園だけでも全国でどれほどあるか。最近、国土交通省は都市部にある公園を整備する事業への民間参入を拡大する方針を出した。老朽化で公園の維持管理コストが増す中、税金で保守されるだけの公園が大きく変わる可能性がある。公園での交流、賑わいをつくることで、

街の魅力を相乗したパリ市市庁舎前は、夏場はビーチバレーコートとなり、札幌大通り公園の夏のピアガーデン、冬のクリスマスマーケットは札幌の風物詩になってきた。ニューヨークのグランドセントラル駅とタイムズスクエアを結ぶ42ストリートの中にあるブライアント・パークは、落書きや駐車違反、スリなどの軽犯罪も徹底的に取り締まることで、大きな犯罪を抑止するという理論、割れ窓理論で、今やニューヨーカーの憩いの場になった。常設のレストラン、カフェ、ギフトショップからメリーゴーランド、また頻りにマルシェや屋外映画鑑賞会などのイベントが行われている。公園の所有はニューヨーク市だが、公園マネジメントの営業権を民間に一定期間売却するコンセッション方式を導入した。今はアメリカンエクスプレスが運営権利を取得して、スケートリンクやカフェ等で事業やプロモーションを行い、市は家賃収入を得て公園維持管理費に活用するという、公共性と商業性が両立した好事例だ。キーワードは「公園が交園に変わる」こと。公園がサードプレイスの役割だけでなく、ギャザリングスペースの魅力が付加され、開かれた街の居場所になっている。

私は美化のみが街の魅力だとは思わない。最終的な目的である街の魅力づくりは、賑わいと住みやすさのバランスである。その街の豊かさが現れる場所は公共空間である。固いイメージの公共を、交わり響き合う交響空間に変えていく時機が来た。地域にさまざまな縁をつくりだすローカルファーストの思想を御旗に、公共空間である道、公園そして商店街を心地良い居場所にしていきたい。茅ヶ崎には大きな可能性がある。



民間が公園での事業参画で賑わうブライアント・パーク