

令和3年度 千代田学 報告書

コーヒーを軸とした神保町街づくり
(神保町コーヒー・プロジェクト)

島田 剛¹

橘 欣子²

¹ 明治大学情報コミュニケーション学部専任准教授

² 研究協力者 (フェアトレード専門家)

第1章 活動概要

第2章 まちづくりの歴史を通して考えるこれからの神保町のまちづくり

資料編 数字で見る神保町の現状

別添ファイル

1. 千代田区神保町出張所 武笠真由美所長インタビュー
2. 高山本店4代目 高山肇社長インタビュー
3. 神保町地区地域コミュニティ活性化委員会 青野芳久委員長インタビュー
4. ハーバード大学/東京大学 スーザン・テラー氏インタビュー
5. TVでの放映
6. 大和屋履物店5代目店主 船曳竜平 氏インタビュー
7. On a slow boat to... 店主 白澤茂稔 氏インタビューおよび動画
8. 神保町フリーペーパー「ENZINE」
9. 神保町珈琲
10. 明治大学博物館展示パネル（2枚）
11. カフェパンセにおけるコーヒーの提供
12. 「街がキャンパス！神田学生街で学ぶ」対談記事を掲載
13. コーヒーと神保町のおすすめ本
14. ホームページアクセス数
15. 国別ホームページアクセス数
16. 都市別ホームページアクセス数
17. あるまっぷ5月号

第1章 活動の概要

緊急事態宣言およびまん延防止等重点措置が2021年4月5日から9月30日まで出されていたため、一部の内容を変更して実施した（2022年2月14日から現在までも、まん延防止等重点措置が発出されているが、状況はかなり緩和された）。

1. セミナーの実施とそれにもとづく記事の掲載

予定していた実施調査が困難になったため、セミナーという形で大学に神保町関係者に来ていただき、学生はオンラインあるいは対面のいずれか体調などに応じて出席する形でお話を伺うことにした。そして、そのセミナーの結果を記事としてホームページに掲載することとした。こうすることにより神保町の魅力を多くの人に知らせることができると考えたからである。セミナーに来ていただいた方々は次のとおり。なお、記事を別添資料とする（PDFではレイアウトが崩れるため、可能であればぜひHPでご覧いただきたい（<https://jimbocho-coffee.com>））。

- 千代田区神保町出張所 武笠真由美所長：別添1
- 高山本店4代目 高山肇社長：別添2
- 神保町地区地域コミュニティ活性化委員会 青野芳久委員長：別添3
- ハーバード大学/東京大学 スーザン・テラー氏：別添4
- 日本経済新聞 三好博司企画委員

2. TVでの放送

日経ニュースプラス9（BSテレビ東京）の「チーム池上がいく」で2回にわたり神保町での活動が取り上げられることになったため以下の店でインタビューを行った。これによりTVを通じて神保町の魅力の広報を行なった（別添5）。

- 北澤書房 北澤里佳 代表
- ソーシャルグッドロースターズ千代田
- （株）ミカフェート 川島良彰 社長

3. 実地調査の実施

夏休み前後より実施調査を受け入れていただけた店については、少しずつ実地調査を開始し記事を作成した。

- 大和屋履物店5代目店主 船曳竜平 氏（別添6）
- On a slow boat to... 店主 白澤茂稔 氏（別添7）

4. 神保町パンフレット及びコーヒーマップの作成

神保町フリーペーパー「ENZINE」を発行し、千代田区役所、北澤書店、大和屋履物店、On a slow boat to...、明治大学博物館、カフェパンセなどに設置させていただいた。

6. 「神保町珈琲」の製作と販売開始

昨年度から明治大学 SDGs コーヒーをオンラインで販売を開始し 200 本超が販売された。売り上げは全額寄付の予定。今年度は、新たに「コーヒーの神保町」というブランドを作るため学生自らブレンドコーヒーを製作した（別添 9）。このコーヒーは、SDGs ゴール 11「持続可能なまちづくり」への取り組みとして『神保町の今後のまちづくりについて考える一環で製品化したもの

商品開発にあたっては神保町に本社のある株式会社ミカフェート代表取締役社長にご協力いただき、ゼミ生たちが試飲を繰り返してブレンドの配合を決めた。

ブレンドの味を決めるにあたっては、「本に合うコーヒー」を味のコンセプトにし、“淹れてから時間が経っても美味しく飲める”ことにこだわった。飲みやすさを追求し、タンザニアの 2 つの豆を使用した。使用した豆の一つは修道院のシスターが育てたコーヒー豆で、もう一つは 1 本のマザーツリーから復活した本物のキリマンジャロで、7：3 の比率のブレンドになっている。

商品ラベルのデザインの意図を「明治大学と神保町が共存するという意味で明治のイメージカラーをコーヒーカップに使用した。商品は明治大学オフィシャル・グッズのオンラインショップ (<https://meidaigoods.net/>) で購入可能。

7. 明治大学博物館 展示会「神田学生街 140 年の今⇄昔」への協力

2022 年 2 月 3 日から 4 月 10 日まで明治大学博物館で実施中の展示会に協力し、パネルを作成し展示している（別添 10）。また、同じ建物の中にあるカフェパンセで企画開発した商品を販売する（別添 11）とともに、神保町フリーペーパーの配布などを行なっている。また、博物館の HP で「街がキャンパス！神田学生街で学ぶ」対談記事を掲載（別添 12）。

8. コーヒーと神保町のおすすめ本

コーヒーと神保町について知るための本のガイドを HP に掲載（別添 13）

（その他）

1. HP のアクセス数について

神保町プロジェクトコーヒーの HP へのアクセス数は以下のとおり Google Analytics の解析を使用

- 閲覧者数（別添 14）：開設後約 1 年で 9,180 名（新規の閲覧者数）。ページビュー数は 24,900 件。
- 閲覧者国別（別添 15）：日本以外にアメリカ(128 人)、中国 (24 人) カナダ (16 人)、韓国 (12 人)、アイルランド (8 人)、オーストラリア (7 人) フィンランド (7 名) や、オーストラリア、ドイツ、英国、オランダ、エルサルバドル、ホンジュラス、アゼルバイジャン、ブラジル、コスタリカ、ニュージーランド、ロシア、パキスタン、ザンビアなど 51 ヶ国からアクセス。
- 閲覧者都市別（別添 16）：横浜 (744 名)、大阪 (491 名)、千代田区 (471 名)、新宿区 (286 名)、港区 (220 名)、埼玉市 (267 名)、京都 (150 名)、名古屋 (129 名) など 487 の都市からアクセス。ちなみに海外の都市ではダブリン (アイルランド)、マウンテンビュー (アメリカ)、クリーブランド (アメリカ、Forest City) が 8 名で多く、ヘルシンキ (フィンランド) 7 名、シンガポール (7 名)、ロンドン (6 名) などと続いている。

2. メディアでの取り上げについて

これまでのところ以下のメディアで取り上げられた（今年度分のみ）

- あるまっぷ 5 月号（別添 17）
- 朝日新聞(7/27 朝刊)
- 日本経済新聞 (7/28 朝刊)
- 毎日新聞 (9 月 27 日朝刊)
- BS テレビ東京「チーム池上が行く」(10 月 8 日および 15 日)
- ハフポスト (10 月 16 日)
- 日経新聞 (10 月 27 日)
- 明治大学×SDGs の HP でプロジェクト紹介 (<https://www.meiji-sdgs.jp/articles/researcher/58/>)

3. 書籍でのプロジェクトの紹介

以下の書籍で 1 項目を設けてプロジェクトが紹介された。なお、幸書房は神保町に所在する出版社。

- 川島良彰「コーヒーで読み解く SDGs」(ポプラ社)
- 山崎康夫「SDGs で始まる新しい食のイノベーション」(幸書房)

4. 授業などでの神保町コーヒープロジェクトの講義実施

- 研究代表者の授業「情報コミュニケーション学入門」および「国際経済論」の中で、

グローバル化の中での街づくりをテーマに神保町を事例にして講義を実施。

- 大阪・天王寺高校での明治大学特別講義においてグローバル化の中での街づくりをテーマに講義を実施
- 高校生向けのオンライン講座「夢ナビ」においてグローバル化の中での街づくりについて講義を実施

以上

第2章 まちづくりの歴史を通して考えるこれからの神保町のまちづくり

近年、神保町は、老舗店の閉店、岩波ホール閉館、三省堂書店本店の建て替えなど、大きな変化を迎えている。神保町の代名詞である古書店街も、インターネットでの書籍販売や電子書籍の普及による売り上げの減少、そしてコロナ禍による来客数の激減などの問題に直面している。また、多くの建物が老朽化する中で、ビルの建て替えが必要になってきている。このように、神保町は「まち」としての岐路にたっているとと言える。

そこで、本章では、まず、まちづくりについて、その歴史の変遷を振り返り、これからのまちづくりに必要な要素を考察する。そして、具体的に大都市部における再開発をきっかけとしたまちづくりの事例として丸の内地区の事例をレビューする。その上で、今後の神保町のまちづくりのありかたを検討する。

1. まちづくりの歴史の変遷

近年、「まちづくり」という言葉は、様々なところで用いられ、使う人や使う場面によって、多様な意味を持つ。住民が主体となって行うコミュニティ活動、大手企業が行う再開発事業、自治体が行う都市計画事業など、どの活動にも「まちづくり」という言葉が使われ、まちづくりが指すものが曖昧になっている。そこで、まず戦後、まちづくりがたどった変遷を整理することで、現在のまちづくりに必要なポイントを考察してみたい。

「まちづくり」という言葉は、当初、現在と同じように様々な意味で使われていた時期がある。戦後のまちづくりという用語の変化を研究した渡辺、杉崎、伊藤、小泉（1997、P.44-46）によると、論文や学会誌などの定期刊行物で「まちづくり」という言葉が初めて登場したのは1952年、社会学者の増田四郎によるものであった。そして、1952年から1959年の7年間で、47文献において75件で「まちづくり」という言葉が使われているのが確認されている（渡辺、杉崎、伊藤、小泉 1997、P.46）。

その使われ方は、

- (1) 社会福祉協議会による地区組織化運動
- (2) 市町村合併による新しい自治体運営、
- (3) 新生活運動による官製運動のスローガン、
- (4) 浪江虔の住民による地方自治民主化運動、
- (5) 広義の都市計画

など、様々であった（渡辺、杉崎、伊藤、小泉 1997、P.46-48）。この時期は、まちづくりと

という言葉が使われはじめたものの、多様な意味で使われ、定まった意味を持っていない時期であったといえる。

その後、まちづくりという言葉が一般的に広く使われるようになったのは 1970 年代に入ってからである。この時期に、まちづくりは、行政が行う画一的な都市計画に対し、住民が主体となって、地域の特性を活かして、自らのまちをより良くするための活動として認識されるようになった。

1977 年に、法律系雑誌『ジュリスト』で「まちづくり」をテーマにした特集号が発行され、全国の様々なまちづくりの活動が紹介されている。同書の冒頭では、法律学者の小林直樹や社会学者の奥田道大、自治省の官僚久世公堯らによる「まちづくりの現況と展望」をテーマにした座談会が掲載されている。

そこでは、まちづくりが生まれた流れについて次のように整理されている。高度経済成長期に入り、その弊害として起きた公害や自然環境破壊などの問題に対する抵抗運動として住民運動が展開されるようになったが、1973 年のオイルショック以降、住民運動において、否定的で拒否的な態度ではなく、より持続的かつ自主的に新しい局面を自分たちで切り開いていかねばならないという意識が広がり、こうした意識を持つ住民運動が地域づくりに結びつき、まちづくり運動が生まれ活発化していった、というものである（伊藤、奥田、久世、小林、森戸 1997、 P18-20）。

一方、同じ座談会の中で、久世は次のように分析している。地方自治制度誕生から当時の段階で 30 年がたち、行政水準の向上や経済成長の恩恵を受け、地域社会はかなり便利になったが、一方で、昔からある地域的な特性が失われたのではないかという意見が生まれ、地域の特性に応じた「特色のあるまちづくり」が必要であるという意識が生まれたというものである（伊藤、奥田、久世、小林、森戸 1997、 P21-22）。

これらの文献によると、この時期に広まったまちづくりには次の 3 つの特徴があると考えられる。

第 1 は、行政活動ではなく、住民が主体となって行う活動である点。

第 2 は、身の回りの問題に対する住民運動が起点となり、その解決を目指す活動である点。

第 3 は地域の特性に着目している点である。

これら 3 つの要素は、その後のまちづくりにおいても核となる重要な要素といえる。

こうして 1970 年代に本格的に始まった住民主体のまちづくりについて、佐藤(2004、2017)はその後の変遷を 3 つの世代に分け、それぞれの特徴を分析している。第 1 世代は 1970 年代から 1980 年代中盤にかけての勃興期で「理念」の時代と称される。この時期のまちづくりは、地域社会における生活環境などの課題を解決するため、コミュニティ協議会や自治会・町内会のような組織が中心となって進められたコミュニティづくり活動が主だった活

動であったといえる（佐藤 2004、P.13）。まさに、冒頭の雑誌『ジュリスト』で取り上げられたまちづくりの姿と一致する。

次の第2世代は80年代後半以降のまちづくりで、「モデルと実験」の時代と位置づけられる。この時期は、歴史的建築物の保存や防災、地球環境との共生など、個別のテーマに特化したまちづくりが行われ、さまざまな取り組みが実験的に行われた（佐藤 2017、P.25–30）。

そして第3世代は、1990年代後半以降の「地域運営」としてのまちづくりである。佐藤（2004、P.30）によると、第2世代で展開された個別の活動が地域の中で広がりを見せ、連携が促進されたことで、街全体として多様な課題を対象とする「地域運営」としてのまちづくりへと発展したと考えられている。特に、1995年に起きた阪神淡路大震災後の復興まちづくりをきっかけに、地域運営によるまちづくりが注目を集めるようになった。復興まちづくりでの経験を踏まえ、特定非営利活動法人などが整備され、多様な主体が地域で連携して協働する地域運営のまちづくりの時代がはじまったと考えられる（佐藤 2017、P.28）。このように、まちづくりは、住民が主体となって身の回りの問題を解決する活動から、特定テーマを掲げた取り組みでのさまざまな経験を経て、多様な主体がその地域をいかに運営していくかというより持続的な活動へと発展していったことがわかる。

地域運営としてのまちづくりには、2つの大きな特徴がある。1点目は、まちづくりのアクターが多様化し、連携・協調が促進されている点である。地域運営のまちづくりでは、住民だけでなく、行政やその地域で事業を行う事業者、NPO法人など多くのアクターがそれぞれの立場からまちづくりを行い、連携することでその地域全体をよりよくしようとする流れがある。このことにより冒頭に述べたように、多様なアクターが多様な活動をまちづくりの名のもとに行うようになったと考えられる。当初は行政の都市計画とは一線を画する住民によるまちづくりが、「地域運営」として発展する中で、多様なアクターを巻き込んだ活動として発展していると考えられる。

地域運営としてのまちづくりの2点目の特徴は、まちを「つくる」から「運営」という、より連続的で、持続的な活動に発展している点である。佐藤がまちづくりの変遷を3つの世代に分け、第三世代を「地域運営」と定義した2004年以降も、まちづくりにおける「運営」や「マネジメント」の重要性はますます高まっている。後述するエリアマネジメントの研究と実践を行う小林（2005、P.244）は、まちづくりにおいて、マネジメントを重視する理由として、成長都市の時代から成熟都市の時代への移行に伴い、都市づくりの中心が開発（ディベロップメント）から、維持管理運営（マネジメント）にも配慮した都市づくりへ移行しているとの認識を示している。

また、吉村（2017、P90）は、都市マネジメント、地域マネジメント、エリアマネジメント、コミュニティ・マネジメントなどまちづくりに関するさまざまな「マネージメント」アプローチを整理し、地域やコミュニティによる問題解決を進めていく上では、自分たちで活

動や事業の意思決定を行い、自分たちで実行（実践）し、さらに、自分たちで経営／運営（マネジメント）していくことができる仕掛けや仕組みを生み出していくことが必要不可欠になってきているとし、まちづくりにおけるマネジメントの視点の重要性を指摘している。

このように行政が行う都市計画に対抗する住民主体の取り組みとして誕生したまちづくりは、現在では、多様なアクターの連携・協働のもとで、地域を運営・管理していく活動へと発展してきている。このことにより、冒頭で述べたように、住民が行うまちづくりだけでなく、大都市部で再開発事業を契機として行われる活動もまたまちづくりとして位置づけられるなど、その活動が多様化してきている。

2. まちづくりの事例—千代田区丸の内地区

では、次に、まちづくりの事例として、神保町に隣接する千代田区丸の内地区の事例を取り上げる。同地域を事例として取り上げる理由は、大都市部における再開発事業を発端としたまちづくりであり、これから再開発が進むことが予想される神保町のまちづくりにとって、参考になると考えるからである。一方、丸の内地域のまちづくりは、主要地権者である三菱地所の強力なリーダーシップのもと行われている点、その他の地権者も企業である点、もともとオフィスビル街であった点など、古書店という個人事業主が多く占める神保町とは街の成り立ちが異なるため、同じ手法がそのまま神保町に適用できるものではない点は留意が必要である。

2-1 丸の内地区のまちづくり

丸の内地区は、神保町同様、江戸時代は大名屋敷街であったが、1888年にその広大な土地を三菱財閥の岩崎彌之助が購入して以降、日本有数のビジネス街として発展した。戦後、焼け野原となった同地区の復興計画として策定された「丸ノ内総合改造計画」においても、ビジネスセンターとしての復興を目指し、大型ビルの建設プロジェクトが次々に進められた。しかし、日本有数のビジネス街として発展した丸の内地区は、1980年代に入ると建物の老朽化やバブル崩壊による街の衰退という問題に直面した。1986年に東京都の都市再開発方針において、東京駅周辺が再開発誘導地区に指定されたことをきっかけに、主要地権者である三菱地所のリーダーシップのもと、地権者が集まり、新しいまちづくりが進められることとなった。

丸の内地区のまちづくりの特徴は、地域関係者の合意により作成されたまちのガイドラインを基に、再開発というハード面と、まちのブランディングなどのソフト面の活動が、統一的に行われている点である。丸の内地区では、多様なアクターが丸の内というまちをよりよくするための活動を行っており、地域運営としてのまちづくりが展開されているといえる。

2-2 丸の内地区のまちづくりの変遷

丸の内地区の現在までに続くまちづくりの始まりは、1988年7月、同地区の地権者が集まって、「大手町・丸の内・有楽町地区再開発計画推進協議会（以後、協議会）」を設立したことにさかのぼる。協議会は、当初、同地区の再開発の在り方を議論する場であったが、バブル経済崩壊後、丸の内から転出する企業が続出し、丸の内のイメージの低下とともに、空洞化が危惧されるようになると、ただ働くだけの街からの脱却をいかに図るかというまちのありかたそのものが焦点となった（大丸有エリアマネジメント協会 2019、P.24-25）。協議会での度重なる議論を経て、1994年に新たな丸の内らしさの形成を掲げた「街づくり基本協定」が締結され、街づくりの方向性が示された。まちづくり基本協定の主な内容は、下記の通りであった（大手町・丸の内・有楽町地区再開発計画推進協議会 1994）。

- (1) 新たな都心景観の形成
- (2) 国際業務センターの形成
- (3) 快適な都心空間の形成
- (4) 総合的・一体的街づくり
- (5) 社会的貢献
- (6) 公民協調の街づくり
- (7) 街づくり推進システムの構築

この基本協定の策定は、全地権者がこれからの丸の内の姿に関しての大枠について合意したものであるとして、その後の街づくりにとっても重要なポイントとなっている。特に、基本協定の策定に当たっては、「丸の内らしさ」についての議論が活発に行われ、策定のプロセスにおいて、関係者のまちへの愛着の醸成にもつながったと考えられる。

その後、1996年3月には、協議会からの委託を受けた検討委員会が『丸の内』の新生―大手町・丸の内・有楽町地区再開発への提案』を作成し、具体的な街づくりの在り方が提示された。同提案書では、再開発における基本認識として、(1)丸の内らしさの再構築、(2)経済中枢機能集積拠点としての更新、(3)多様な複合機能導入による都市の活性化などが挙げられた（日本都市計画学会 1996、P.1-5）。この提案書では、これまで培った丸の内らしさを大切にしながらも、ビジネス街としてだけでなく、商業、文化、交流、情報などの機能を複合化させることにより、街を活性化することが提言された。

また提案書では、まちづくりの進め方や手法についても具体的に提案されている。まちづくりの進め方としては、再開発事業は長期間にわたることが予想されることから、あるべき街の姿や整備の水準に対するコンセプトを共有し、変化と共に現実的な修正を的確に行うという柔軟性のあるインクリメンタルなアプローチや、パブリック・プライベート・パートナーシップによるアプローチが提案された（日本都市計画学会 1996、P.6-8）。一方、具体的

な街づくりの手法として、同地区を4つのゾーンに分け、それぞれの特徴をいかした街づくりを行うとともに、4つのゾーンをつなぐ幹線道路を骨格軸として一体感のある街づくりを行うことなど提案され、その多くが実際の街づくりに生かされている(日本都市計画学会1996、P.9-20)。

パブリック・プライベート・パートナーシップの提案を受け、1996年6月には東京都、千代田区、JR東日本、再開発推進協議会からなる「大手町・丸の内・有楽町地区まちづくり懇談会」が設立され、官民が協力して、同地区のまちづくりを協議する場が生まれた。まちづくり懇談会では、地区の「将来像」、将来像を実現するための「ルール」と「手法」の3つの柱が議論され、2000年に、その後の街づくりのベースとなる「大手町・丸の内・有楽町地区まちづくりガイドライン」が策定され、定期的に改訂がされている。2005年のガイドラインで掲げられた当時の目標は下記の通りである(国土交通省)。

1. 時代をリードするビジネスのまち
2. 人々が集まり賑わいのあるまち
3. 情報化時代に対応した情報交流・発信の街
4. 風格と活力が調和するまち
5. 便利で快適に歩けるまち
6. 環境に配慮するまち
7. 安心・安全なまち
8. 地域、行政、来街者が協力して育てるまち

このように、丸の内の街づくりでは、多様な関係者が、街の将来像とルール、手法を議論し、ガイドラインを作成し、それに基づき、個別の再開発事業を進めることで、一体的な街づくりを実現している。また、このガイドラインは、必要に応じて見直され、これまで、2005年、2008年、2012年、2014年、2020年に改訂されている。

丸の内の街づくりにおいて、1998年に発表された丸の内ビルディングの建て替えとそれに伴う仲通りの再開発は、ガイドラインに掲げるまちづくりを進めるメインエンジンプロジェクトとして位置づけられ、重要な意味を持っていた。丸ビルの再開発事業では、これまでに築き上げた丸の内ブランドを大切にすること、Wisdom Business, Attraction City、丸の内が変わるというキーワードをもとに、商業施設でただ物を買って消費していく街でなく、新たな価値を創出する賑わいのある街をつくることを目指して進められた(大丸有エリアマネジメント協会 2019、P.38-39)。

また、2核1モールの手法と呼ばれるように、丸ビルが建つ東京駅前地区と有楽町地区を商業機能集積の両端とし、この2つを結ぶ仲通りのストリートとしての魅力を充実させることで、町全体の回遊性や賑わいを高める手法が取り入れられた(大丸有エリアマネジメント協会 2019、P.38-39)。

ト協会 2019、P.46-48)。このような戦略のもと、丸ビルでは新しい丸の内にふさわしい店舗誘致が進められる一方、仲通りに面した低層階にイベントスペースとして活用できる吹き抜けのアトリウムが仲通りに面した場所に設けられ、人々の集いの場や情報発信の場として活用されている（大丸有エリアマネジメント協会 2019、P.46-48)。このように、丸ビルは、単なる商業施設ではない、新しい丸の内を象徴する建物として、2002年にオープンした。

さらに、丸ビルと共に新しい丸の内を象徴する取り組みとして、仲通りの改革も進められた。まちづくり懇談会が定めた「まちづくりガイドライン」において、仲通りは「人が中心の空間」に転換することが掲げられた（大丸有エリアマネジメント協会 2019、P.50)。このガイドラインに基づき、仲通に面した低層階には、賑わいや交流を生むためにカフェやレストラン、アトリウムが設けられている。また、歩道を1m拡幅し、広がったスペースにベンチやプランターを設置し、憩える空間が作られている。パブリックアートの展示や街路樹の選定などにもこだわりが見られ、これまでの「通過する道路」から「快適な交流空間」への転換がはかられた（大丸有エリアマネジメント協会 2019、P.62-63)。

一方で、これまで、週末になると閑散としていた仲通りに賑わいをもたらす取り組みがいくつか行われた。その中の一つとして、「東京ミレナリオ」がある。これまで、土日や週末は人影がまばらだった丸の内にこのイベントをきっかけに多くの人々が訪れた。1999年の年末に開催された第一回の東京ミレナリオでは、1日平均約20万人の人出が記録されている（大丸有エリアマネジメント協会 2019、P.108)。ビジネス街としての丸の内の変化を印象付けるイベントとなった。

丸の内の街づくりでは、ハード面での個別の再開発が進む一方、まちの賑わいづくりやまちのブランディングなど、ソフト面での活動にも力を入れている。2002年には、NPO法人「大丸有エリアマネジメント協会(リガーレ)」が設立された。リガーレとはラテン語で「結ぶ」という意味で、大手町・丸の内・有楽町を結ぶ、地域と人を結ぶ、人と人を結ぶという思いから名づけられている（大丸有エリアマネジメント協会 2019、P.113)。リガーレは、「育てる街づくり」をコンセプトにし、この町で働く人々のコミュニティづくり、賑わい創出のためのイベント、環境改善、「丸ノ内シャトル」などの事業を推進している。また、2007年には、「大丸有環境共生型まちづくり推進協会(エコツェリア)」が設立され、環境問題にたいして街としての取り組みを進めている。

このように丸の内の街づくりでは、協議会と懇親会という組織が中心となり、まちのあるべき姿をガイドラインという形でまとめ、それを土台として、ハード面での再開発事業、ソフト面での街の魅力づくりが行われている。

2.3 エリアマネジメントとしてのまちづくり

丸の内のまちづくりは、近年、注目を集めるエリアマネジメントを活用したまちづくりである。エリアマネジメントとは、国土交通省（2008、P.9）が作成した『エリアマネジメント推進マニュアル』によると、「地域における良好な環境や地域の価値を維持・向上させるための、住民・事業主・地権者等による主体的な取り組み」と定義されている。そして、エリアマネジメントの特徴として、下記の点を掲げている(国土交通省 2008、P.9-10)。

- 1) つくることだけでなく「育てること」
- 2) 行政主導ではなく、住民・事業主・地権者等が主体的に進めること
- 3) 多くの住民・事業主・地権者等がかかわりあいながら進めること
- 4) 一定のエリアを対象にしていること

つまり、エリアマネジメントとは、特定のエリアにおいて、住民や事業主、地権者などの民間が行う地域の価値を向上させるための取り組みで、インフラなどのハード面ではなく、賑わいの創出やエリアのブランドイメージのアップなどのソフト面での活動を重視している（大丸有エリアマネジメント協会 2019、P.154）。

エリアマネジメントは、都市部の再開発事業においてもその重要性が認識されている。2016年には東京都都市整備局が、「市街地整備におけるエリアマネジメントの手引き（第2版）」を作成し、そこではエリアマネジメントを「市街地再開発事業及び土地区画整理事業の地区において、地権者や企業、開発事業者などの民間が主体的に行う、良好な開発の誘導並びに環境及び地域の価値を維持、増進するための取り組み」と定義している（東京都都市整備局 2016、P.2）。このように、エリアマネジメントの手法を取り入れた丸の内の事例は、再開発事業が計画される神保町においても重要な示唆に富んでいるといえる。

3. 神保町の街づくり

では、神保町のまちづくりはどのように進められているのか。神保町では現在、大規模なビルの建て替えなどが始まっている。2021年4月、千代田区は神田小川町3丁目西部南地区第一種市街地再開発事業の都市計画の決定を発表した。これは、明大通りと靖国通りの交差点である駿河台下交差点の一角に、住居、事業所、店舗などが入るビルを建てる計画である。古書店街への入り口ともなる立地に建設されるこのビルは、今後の神保町のまちづくりにおいて重要な役割を果たすと考えられる。これ以外にも、三省堂ビルの建て替えが決定し、2025年～2026年の竣工を目指している。また、建物の老朽化による建て替えや、共同建て替えが引き続き行われることが予想され、個別の再開発事業が進むことが予想される。一方、千代田区（2021、P.139）の「都市計画マスタープラン」では、神保町のまちづくりとして「熟成された境界の文化にひかれた多くの人々が創造的活動を広げるまち」がテーマとして掲げられている。

このほか、まちづくりのアクターとして様々な団体が独自に神保町のまちづくりに取り組んでいる。神保町にかかわるアクターとしては、古書店街、飲食店街、商店街、明治大学を含む近隣の大学など、多様なアクターがおり、独自の活動を行っているが、私たち大学も含め、神保町のこれからのまちづくりにおいて、「地域運営」という視点を持つことが大切だと思われ、そのために必要なことをしていきたい。神田小川町3丁目西部南地区の再開発においても、エリアマネジメントの重要性が認識され、丸の内のように住民協議会が設立され、ビジョンが制定されているが、それはその区画のみの構想にとどまっており、神保町全体としてのまちづくりを作っていくことが大切だと思われる。

神保町には世界一を誇る古書店街や、喫茶店文化など、多くの地域資源が眠っている。それをまち全体としてどうか、そういった神保町らしさを、関係者間で協議し、これからのまちが目指す姿を議論し、合意していく場が求められており大学としても果たすべき役割を模索していく必要がある。

4. まとめ

まちづくりは、住民が中心となって行う活動から、関係者が協力し、連携したうえで行う地域運営としてのまちづくりの時代になっている。このことにより、多様なアクターがまちづくりに参加する環境になっている。また、再開発事業をきっかけにしたまちづくりの事例も多くみられる。丸の内地区のまちづくりでは、関係者間でまちのありかたが議論され、ガイドラインとしてまとめられている。それに基づき、個別の再開発事業が実施され、ソフト面においては、賑わいの創出やまちのブランドづくりなどの様々な活動が行われている。

神保町では、今後、再開発事業や建物の建て替えが多く計画されており、まちとして岐路に立っているといえる。これを契機に、関係者で、神保町らしさとはなにか、これからの神保町の姿の議論が行われ、神保町らしい、地域運営としてのまちづくりが展開されることが望まれ、そのために大学の果たすべき役割を模索していきたい。

参考文献

伊藤光晴、奥田道大、久世公堯、小林直樹、森戸哲、1977「まちづくりの現況と展望（座談会）」、『ジュリスト増刊総合特集全国街づくり集覧』有斐閣 P.18-41

国土交通省「事例番号 048 エリアマネジメントのまちづくり」『まち再生事例データベース』https://www.mlit.go.jp/crd/city/mint/htm_doc/pdf/048chiyoda3.pdf（最終閲覧日：2022年2月21日）

国土交通省、2008『エリアマネジメント推進マニュアル』
<https://www.mlit.go.jp/common/001205669.pdf>（最終閲覧日：2022年2月21日）

小林重敬編、2005『エリアマネジメント 地区組織による計画と管理運営』学芸出版社

大手町・丸の内・有楽町地区再開発計画推進協議会、1994『大手町・丸の内・有楽町地区街づくり基本協定』
https://www.tokyo-omy-council.jp/pdf/basic_agreement.pdf（最終閲覧日：2022年2月21日）

佐藤滋、2004「まちづくり」の生成と歴史」日本建築学会編『まちづくりの方法』丸善株式会社 P.12-35

佐藤滋、2017「まちづくりのこれまでとこれから」佐藤滋, 饗庭伸, 内田奈芳美 編『まちづくり教書』鹿島出版会 P.10-37

大丸有エリアマネジメント協会丸の内仲通編集室、2019『丸の内仲通り“憧れの街”を支えるストリートの秘密』幻冬舎

千代田区 2021『都市計画マスタープラン』
https://www.city.chiyoda.lg.jp/documents/17862/toshimasu-4_2.pdf（最終閲覧日：2022年2月21日）

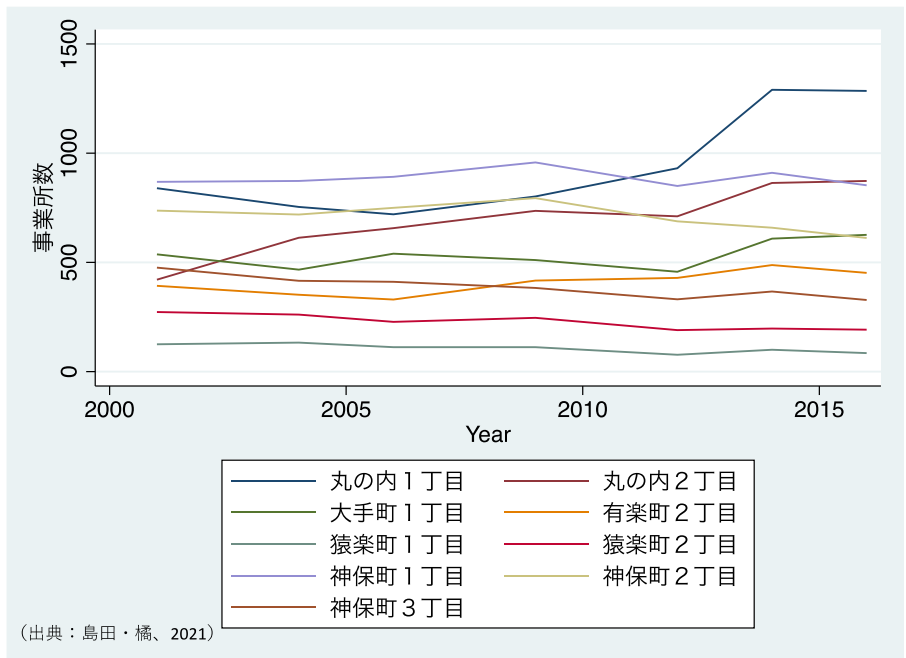
東京都都市整備局 2016『市街地整備におけるエリアマネジメントの手引き 第2版』
https://www.toshiseibi.metro.tokyo.lg.jp/bosai/tokyoseibi_1_1.pdf（最終閲覧日：2022年2月21日）

日本都市計画学会、1996『『丸の内』の新生 大手町・丸の内・有楽町地区再開発計画への提言』
https://www.tokyo-omy-council.jp/pdf/marunouchi_newborn.pdf（最終閲覧日：2022年2月21日）

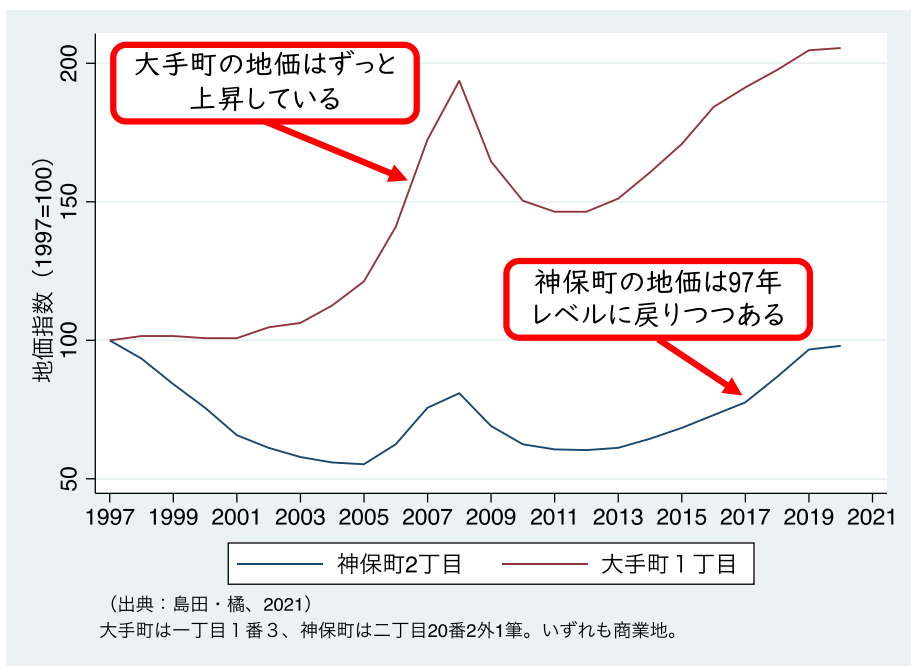
吉村輝彦、2017「マネジメント・アプローチによる地域まちづくりの展開」日本福祉大学経済論集第55号 P.89-105

渡辺俊一、杉崎和久、伊藤若菜、小泉秀樹、1997「用語「まちづくり」に関する文献研究（1945～1959）」日本都市計画学会『都市計画論文集』第32巻、43-48

大手町、丸の内では事業所数が増加、神保町は横ばい

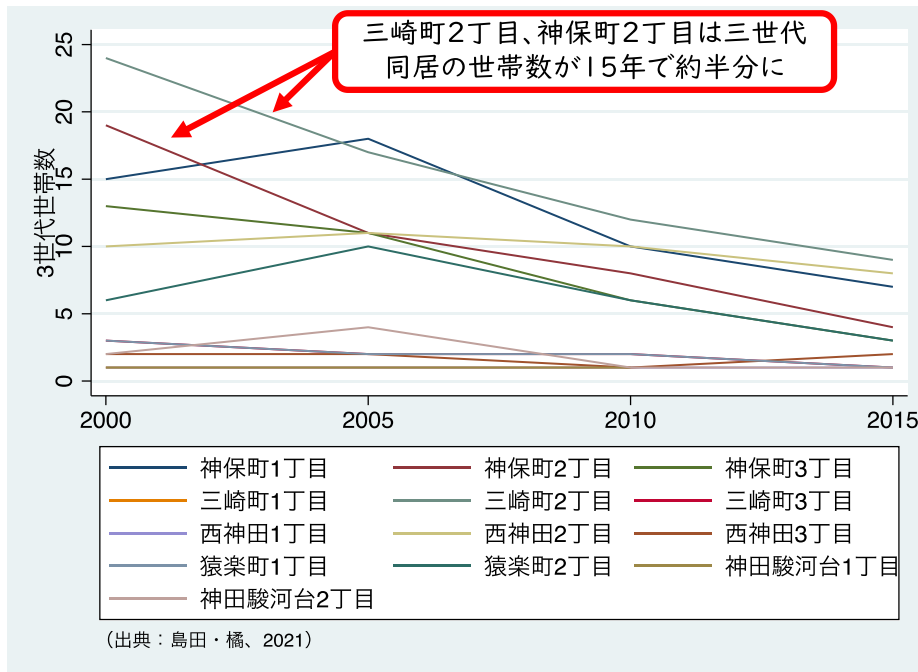


地価の推移 (1997-2020)

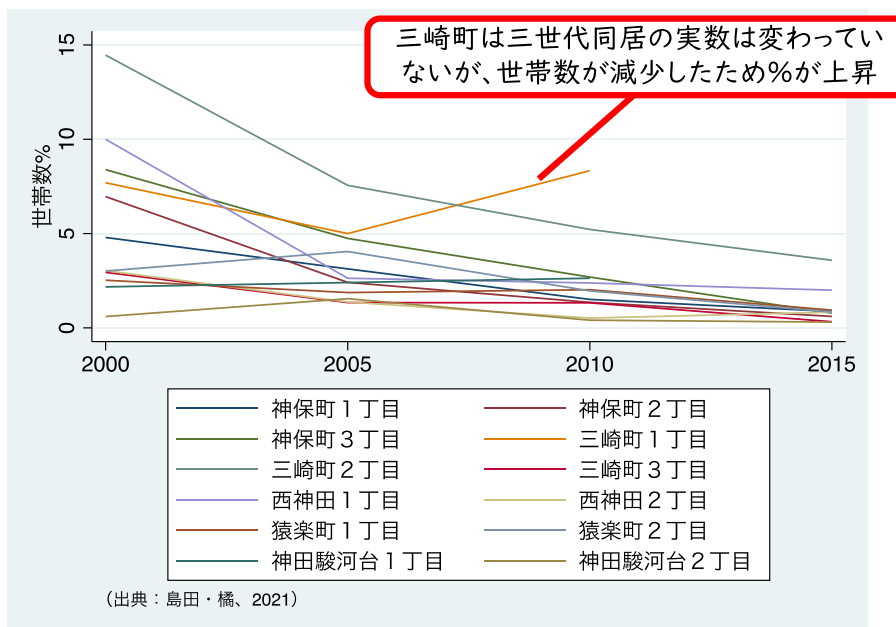


(国土交通省 土地総合情報システムの地価公示データに基づき作成)

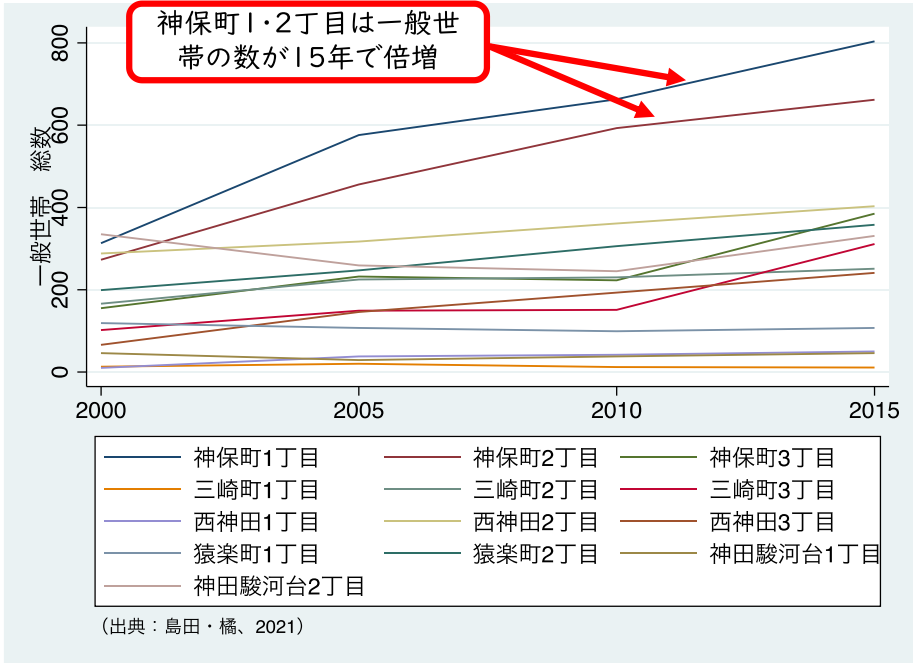
神保町地区では三世代同居の世帯数が減少している



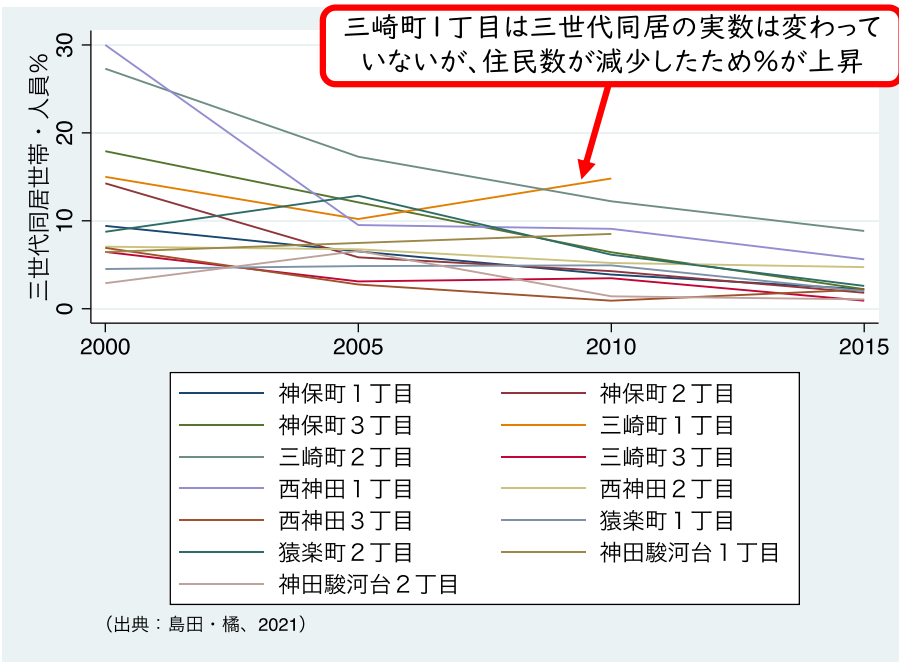
神保町地区では三世代同居の世帯数が減少している



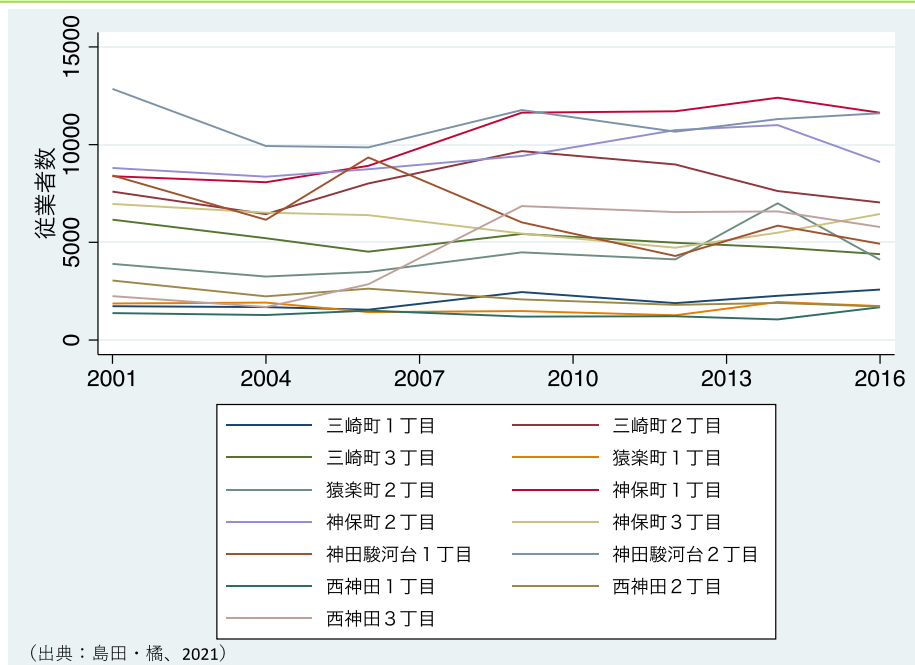
神保町地区では一般世帯の総数は増えてきている



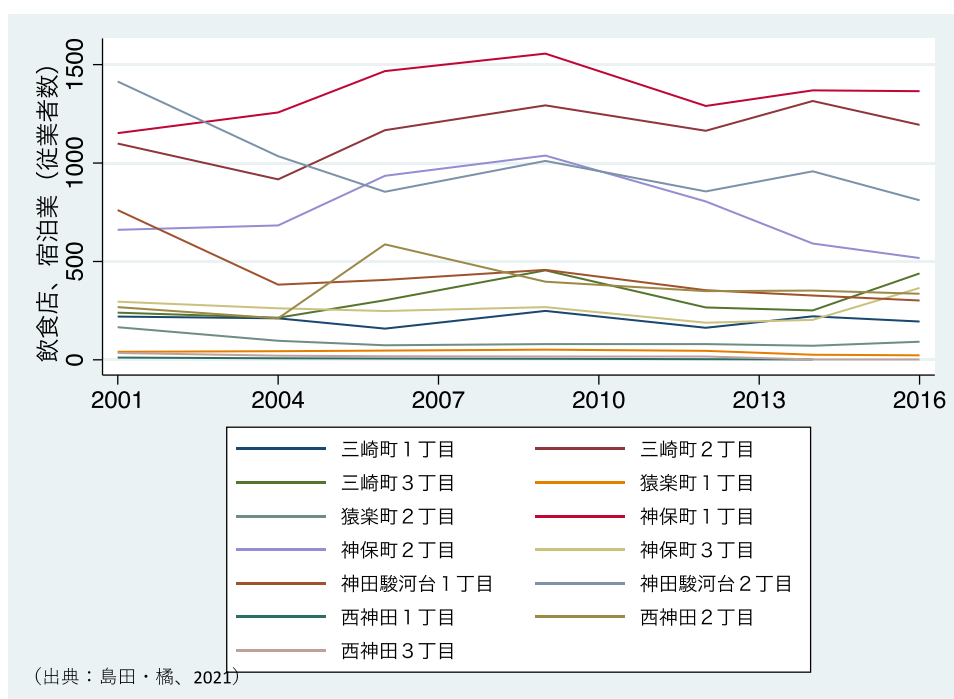
神保町地区では三世帯同居の人が減少している



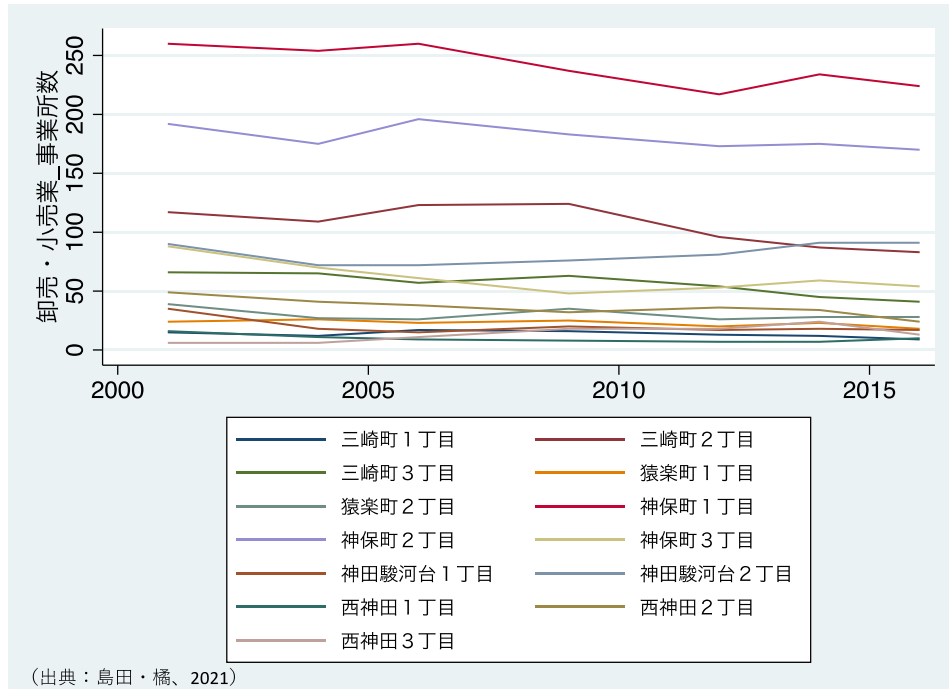
神保町における従業者数は神保町1丁目以增加減少している場所も



神保町における飲食店・宿泊業の従業者数はやや減少



卸売・小売業の事業所数はやや減少



事業所数は減少しているが、従業者数は増加

