

## FOCUS

# 移り行く「街の顔」

日本大学教授・マサチューセッツ工科大学不動産研究センター研究員 清水千弘

## 街の顔

街にはさまざまな顔がある。その顔は、時間とともに変化する。生まれたばかりの若い顔、生き生きとした肌の艶もよい顔、年の経過とともに成熟した、しかし少し多くのしわを持つ顔までさまざまである。そして、その顔は一日の中でも変化する。朝のすがすがしい空気の中で見える顔、多くの働き手が集まる昼間の顔、ちょっと異性間で刺激を求めて集まるような夕方の顔、夜の顔などである。

それでは、これらの顔は何によって差別化されるのか。街の顔は何によって構成されているのであろうか。私たちの顔は、輪郭、目・鼻・口・耳・髪によって構成されている。街の輪郭は、その街の形状や隣接する街、海・山、そしてその中に流れる河川などの自然など、生まれ持ったものによって規定される。

美しい顔のことを目鼻立ちがいいというが、街では何になるのか。街には、さまざまな人が住み、そして、モノやサービスを提供する商店・レストラン・居酒屋・バー、働く場所となるオフィスや工場が立ち並ぶ。道路・公園などの都市基盤施設や役所・図書館・公民館などの

公的施設もある。また、街によっては美術館や博物館、スタジアムを持つようなところもある。そのようなものが街の目鼻立ちを決め、街の顔を決めるとともに、時間によって最も輝く顔が決まってくるのである。

## 人気のある顔とは?

私たちは、それぞれの顔を見ながら、自分の気に入った顔を求めて移動する。それでは、どのような顔をした街の人気が高いのであろうか。かつて、人々は、街を選ぶときに、高い賃金や安い家賃などの経済的側面を重視した。恋愛と結婚は異なるといわれるが、かつての結婚は、自分が気に入った顔を選ぶのではなく、少し打算的に高収入の街を選ぶことが多かったとも言えるかもしれない。

しかし、ハーバード大学のグレイザー教授らの一連の研究では、近年では文化的側面、特に都市アメニティへのアクセスに代表される生活の質を重視する傾向が強くなってきたという。筆者の共同研究者であるカナダのトロント大学のシルバー教授らは、その生活の質を上げる要素として、活気に満ちた音楽やアート、

映画館、レストラン、壮麗な建物や質の高い学校、図書館、美術館などを挙げている。人々がこうしたアメニティがもたらす文化的消費の機会を重視するようになった理由には、かつての労働集約型の企業が大部分を占めていた経済構造から、現在では情報と知識集約型産業が主となる形へとシフトし、人々の生活において余暇を楽しむ機会が増えたことが指摘されている。

そのため、街に求める目鼻立ちとして、生産・働くための機会から消費の機会へとシフトしてきたのである。筆者が都市社会学を学んだシカゴ大学のクラーク教授は、都市は「エンターテインメントマシン」であるといい、「コンシューマー都市理論」を展開してきた。

つまり、近年において世界的に流行しつつある街の顔とは、文化的な消費ができる目鼻を持つ街になってきているといえよう。

### 同質化・均質化する日本の街の顔

今の日本の街は、同じ目鼻立ちを持った街が増加してきている。チェーン店の機能が強化されてくることで街の顔が同質化してきているのである。このような傾向は、シルバー教授と筆者の共同研究によると、日本だけでなく、カナダ、米国でも進んできている。

文化的消費の大衆化が進む中では、街の顔が均質化していくというのは自然な流れであった。しかし、一層文化的な消費を楽しもうと

する傾向が強くなっていくとしたら、新しい目鼻立ちを求める人たちが増えてくるのかもしれない。気の利いたカフェ、ちょっとおしゃれなレストラン、職人の技が光る和食店、品揃えのいい古着屋などがある街の顔を好む人が増えるとしたら、それぞれの街の顔が多様化していくかもしれない。

筆者とシカゴ大学のクラーク教授の共同研究では、均質化された目鼻よりも、多様な個性の持った目鼻、つまり消費機会が多いところに人が集積し、高い家賃が支払われるようになってきていることが明らかにされている。

### 住みたい街と住んで満足できる街

街の顔も、遠くから見ていた時の見え方と近くで見たときの顔が全く異なる。遠くから見ていた時の評価、つまり住みたい街の評価と、その中に入って住んだ時の評価、住んで満足できる街の評価が異なることがある。むしろそれが一致することの方が少ないのであろう。

自分に合った街の顔とはどんな顔であるのか。それは結婚と同じである。どの街と結婚するのかによって、私たちの幸せは大きく左右される。移り行く街の顔をどのように評価することができるのか。今、ビッグデータを用いた街の顔を評価するための国際比較研究プロジェクトを進めているところである。あなたが住む街は、どんな顔を持つのか。