

路地に集積するクリエイティビティの考察

— 路地のスケール感がまちの活性化を加速する —

吉良 幸生 Sachio KIRA

(財)福岡アジア都市研究所 平成20年度市民研究員 (吉良総合研究所 代表)

要旨：路地はその価値を見出されぬまま、都市計画や再開発の流れの中でその多くが失われてきた。近年、全国各地でにぎわい創出やヒューマンスケールをキーワードに、あらためて路地の価値を確認、路地を活用しようとする動きが盛んになってきている。福岡市の商業・ビジネスの中心である博多地区や天神地区には、古くからの細街路いわゆる路地が残されている。こうした路地はクリエイティブな人々の想像力を刺激する場として注目されている。本稿では、中心市街地の路地に着目し、路地が新しいまちづくりに果たす役割、路地とクリエイティビティとの関係について考察する。

キーワード：路地、クリエイティビティ、大名、IT、まちづくり

1. はじめに

福岡市では、都市計画や再開発の波にもまれ、まちなかの路地の多くが失われてきた。路地は、土地の有効活用が難しく、火災や震災など災害時の対応に支障があるなど多くの問題を抱えているのは確かだ。

一方で、路地を評価する動きも見受けられる。路地の観光資源としての役割に注目し、まち歩きでその土地の歴史や文化にふれ楽しむなど、ここ福岡市においても路地ブームがおりつつある。路地には人間味あるあたたかいコミュニティがある。商店街の狭い道に並ぶ店舗のにぎわい、子どもたちの遊び場、住民たちの井戸端会議の場など、路地は私たちの生活に何かしらのつながりをもった空間である。

ところで、地域発展の過程の目印として3つのTの理論が、アメリカの都市経済学者リチャード・フロリダによって提唱されている。3つのTとはすなわち、Technology (技術・ハイテク産業)、Talent (才能)、Tolerance (寛容) である。リチャード・フロリダは、この3つのT要因と経済成長の関係性と、3つのT同士の間関係性を統計分析により検討している。そして、3つのTを結合した

ものを「総合クリエイティビティ指数」¹⁾として、クリエイティビティ指数が高い地域は、主要な、ないしは新興のクリエイティブ中心地であるとした。これからの都市の成長は、クリエイティブ・クラスの集中度にかかっているという。

リチャード・フロリダは、クリエイティブ・クラスを、価値を新しく作り出す人としている(表1)。クリエイティブ・クラスは、科学者やエンジニア、デザイナー、アーティストからハイテク、IT、金融法律、医療といった専門職までを指す。クリエイティブ・クラスによる「価値の創造」が都市のにぎわいをもたらす。

本稿では路地のまちとして大名地区を取り上げ、路地とクリエイティビティとの関連性について考察

表1 クリエイティブ・クラスの概要

①	スーパークリエイティブ・コア (超創造的中核職)	科学者、技術者、教員、詩人、芸術家、作家、エンタテイナー、音楽家、デザイナー、建築家、知識産業の職業人(編集者、シンクタンク研究員、アナリスト、オペニオンリーダー)
②	クリエイティブ・プロフェッショナル (創造的専門職、①と密接な関係にありそれを支える人々)	ハイテク、IT、金融法律、医療、マネジメント、医師等

出典：小長谷一之「文献解題」(リチャード・フロリダ¹⁾所収)

する。大名地区は九州随一の商業集積「天神」に隣接し、昔ながらの町並みを残した居住空間としての佇まいと、若者に人気のファッション・雑貨・飲食店、そしてITベンチャーやクリエイターの活動拠点が混在した、独特な雰囲気のある街区となっている。

2. 路地の定義

本稿では、路地を厳密に捉えるのではなく、車中心というよりも人の回遊を主ととらえることができる道であるならば、これを「路地」と呼ぶことにする。換言すれば、「まちなかにある狭い道」「表通りや幹線道路のサブシステムの位置づけの道」である。

福岡都心部はふたつのまちから成り立っている。商人のまち博多に対し、武士のまち福岡天神である。博多のまちは、16世紀後半の太閤町割に由来する。一方、福岡天神は、関ヶ原の戦い以後、黒田藩が城下町として築いたまちであることが所以である。城下町は現在の地図と重ね合わせると、東は那珂川から西は西公園・大濠公園辺りまでを指すことになるだろう。

福岡には、城下町時代をルーツとする町並みと街路が良く残っている。いわゆる城下町（内郭）区域外の春吉、今泉、警固、赤坂、六本松においても城下町周辺地区として路地を見出すことができる。しかしながら、その後の都市の発展や、先の大戦からの復興で大規模な土地区画整理事業が推進され、多くの路地が失われてきた。本稿では、こうした城下町の面影として残されている路地を広い意味でとらえることとする。

3. 福岡市の特性

福岡市は商業のまちといわれている。路地における経済活動を考察するにあたり、まず福岡市の特性を確認しておきたい。

福岡市は、九州・山口1,500万人のマーケットの中心として、流通機能、金融機関は三大都市圏に次ぐ都市機能を有している。市内総生産（平成18年度）は、名目7兆1,546億円（全国シェア1.4%、九州7県シェア16.2%）である。主要指標における福岡市

の九州8県に対するシェア（図1）をみると、卸売業年間販売率（平成19年）で42.5%、国内銀行貸出金残高（平成20年）27.3%となっている。また国関係機関は九州内54機関のうち福岡市に29機関が立地しており、外国公館・経済関係機関は15機関（うちアジア地域の関係機関が12機関）が立地している。これらのことから、福岡市は、流通機能、金融機関、行政機関の面で高い都市機能を有していることが分かる。

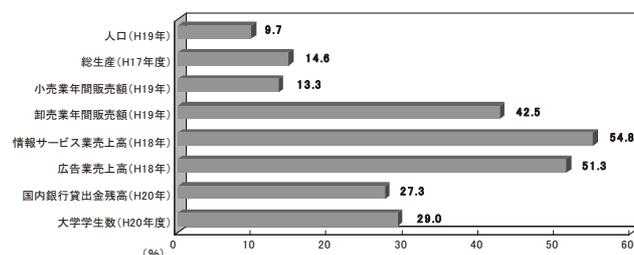


図1 主要指標における福岡市の九州8県に対するシェア

出典：福岡市経済振興局²⁾

次に産業構造をみてみよう。福岡市の産業政策<平成21年度版>によれば、平成18年度の事業所数69,164、従業者数769,900人で、市内総生産の94.3%、事業所数（平成18年）の90.2%、従業者数（平成18年）の88.3%を第3次産業が占めている（表2）。

福岡市と3地方中枢都市（札幌市、仙台市、広島市）を比較すると、福岡市は、3地方中枢都市と比べて情報通信業、卸売業、サービス業（対事業所）の従業者構成比が高い（表3）。また、近年の開業率は全国平均を常に上回る数字をあげている。特に、情報通信業は平成13年から18年の5年間で、事業所数は4.0%、従業者数は22.7%増加している。

さらに、職業という面から見ると、専門的・技術

表2 福岡市の産業別事業所・従業者数

	事業所数	割合	従業者数(人)	割合
全産業	69,164	100.0%	769,900	100.0%
第1次産業	37	0.1%	446	0.1%
第2次産業	6,762	9.8%	89,287	11.6%
第3次産業	62,365	90.2%	680,167	88.3%

出典：平成18年事業所・企業統計より作成

表3 福岡市と3地方中枢都市との産業タイプ別従業者数増減率比較

産業中分類	福岡市			3地方中枢都市計			福岡市と2中核都市	
	平成18年	平成19年	従業者増減率	平成18年	平成19年	従業者増減率	福岡市	2中核都市
全産業	789,300	761,226	-1.011	1,015,008	1,018,042	0.998	1.013	100.0%
生産系産業	89,733	103,610	0.867	219,530	325,946	0.558	1.011	11.7%
農林漁業	446	385	-1.58	1,337	1,317	-1.319	0.878	0.1%
鉱業	20	69	0.290	349	610	0.572	0.507	0.0%
建設業	54,816	63,320	0.866	155,508	183,493	0.847	1.021	7.1%
製造業	24,451	39,746	0.867	121,936	140,528	0.868	0.989	4.5%
ネットワーク系産業	81,851	84,659	1.085	177,530	178,480	0.995	1.091	11.9%
電気・ガス・熱供給・水道業	5,471	5,079	-0.717	9,888	9,692	-1.021	1.055	0.7%
情報通信業	43,459	39,433	-1.227	89,332	67,900	-1.026	1.196	5.0%
運輸業	42,821	44,147	0.972	99,300	101,186	0.971	1.001	5.5%
サービス系産業	588,316	463,022	-1.271	1,357,948	1,313,624	-1.034	1.229	76.4%
都市拠点機能型	261,101	153,647	-1.699	543,563	542,095	-1.003	1.695	33.9%
卸売業	96,749	110,035	0.879	191,756	223,721	0.857	1.026	12.0%
金融・保険業	30,044	33,388	0.900	57,531	66,734	0.862	1.043	3.9%
不動産業	20,323	19,975	-1.017	48,541	47,317	-1.026	0.992	2.6%
教育(学習支援業)	10,911	9,574	-1.140	26,341	22,541	-1.169	0.975	1.4%
サービス業(専門系)	25,451	27,591	0.922	57,717	61,493	0.939	0.993	3.2%
サービス業(対事業所)	77,623	63,109	-1.230	161,677	120,287	-1.344	0.915	5.9%
都市生活型	327,215	309,375	-1.058	814,385	771,529	-1.056	1.002	42.5%
小売業	112,188	119,216	0.941	296,609	309,254	0.960	0.981	14.6%
飲食・宿泊業	79,912	83,307	0.959	173,379	182,996	0.947	1.012	10.4%
医療・福祉	65,914	48,608	-1.356	171,263	126,956	-1.349	1.005	8.6%
教育(学校教育)	17,749	11,134	-1.594	38,538	26,899	-1.433	1.113	2.3%
複合サービス業	6,593	2,515	-2.621	18,526	7,812	-2.371	1.105	0.9%
サービス業(生活系)	44,859	44,595	-1.006	115,870	117,612	0.985	1.021	5.8%

出典：平成18年 事業所・企業統計より作成

注) 3地方中枢都市は、札幌市、仙台市、広島市

表4 専門的・技術的職業従事者の比較 (千人当たり)

職業	福岡市	札幌市	仙台市	東京23区	名古屋市	京都市	大阪市	神戸市	広島市	北九州市	福岡市の割合
専門的・技術的職業従事者	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	100%
科学研究者	6	10	16	18	13	23	13	20	7	10	-
技術者	217	213	232	270	252	166	233	241	241	187	-
システムエンジニア	92	82	78	160	88	52	101	82	70	44	3
プログラマー	10	10	7	13	10	9	13	8	5	7	4
その他の技術者	3	6	6	5	9	6	6	7	7	8	-
保健医療従事者	356	376	314	231	311	326	335	313	327	412	3
社会福祉専門職業従事者	57	56	65	43	51	66	63	63	80	88	-
法務従事者	12	7	7	14	9	9	7	9	8	6	2
経営専門職業従事者	19	18	14	31	22	18	18	18	17	9	3
宗教学者	153	159	196	101	158	172	119	169	158	166	-
宗教家	8	8	7	10	14	27	20	12	11	14	-
文芸家・記者・編集者	15	14	10	53	12	17	17	10	10	8	4
美術家・写真家・デザイナー	42	33	27	83	43	54	80	33	30	21	5
音楽家・舞台芸術家	25	24	23	54	24	25	27	22	24	13	3
その他の専門的・技術的職業従事者	90	81	90	91	91	88	97	91	85	84	-

出典：平成17年国勢調査より作成

的職業従事者の割合が他都市に比べて高いことが分かる(表4)。10都市との比較で、システムエンジニア(第3位)、保健医療従事者(第3位)、法務従事者(第2位)、経営専門職業従事者(第3位)、音楽家、舞台芸術家(第3位)となっている。

少し視点を変えて、福岡市の人口推移、年齢構成について見てみよう。福岡都市圏は福岡市を中心に17市町^{注1)}で構成され、人口は240万人を超える。これは、東京23区、大阪市、名古屋市に次ぐ人口規模である。福岡市の人口は、国勢調査(平成17年)によると1,401,29人(全国シェア1.1%、九州7県シェア10.5%)を数え、「全国主要都市の将来人口推移」(国立社会保障・人口問題研究所)によると、ほかの主要都市では今後、人口減少が見込まれるのに対し、福岡市の人口成長は今後も伸び続けると予想されている(表5、図2)。

さらに福岡市の年齢構成を見ると、平成17年「国

表5 人口・面積比較

	面積(km ²)	順位	平成12年(人)	順位	平成17年(人)	順位	H7~H12増加率(%)	順位
札幌市	1121	2	1,822,368	5	1,880,863	5	3.2	7
仙台市	788	5	1,008,130	13	1,025,098	12	1.7	11
さいたま市	218	14	1,024,053	11	1,176,314	10	14.9	1
千葉市	272	12	887,164	14	924,319	14	4.2	6
東京都区部	622	6	8,134,688	1	8,489,653	1	4.4	5
川崎市	144	15	1,249,905	9	1,327,011	9	6.2	2
横浜市	435	9	3,426,651	2	3,579,628	2	4.5	3
静岡市	1374	1	707,256	15	700,886	15	△0.9	14
名古屋市	327	11	2,171,557	4	2,215,062	4	2.0	10
京都市	828	4	1,467,785	7	1,474,811	7	0.5	13
大阪市	222	13	2,598,774	3	2,628,811	3	1.2	12
神戸市	552	7	1,493,398	6	1,525,393	6	2.1	9
広島市	905	3	1,126,239	10	1,154,391	11	2.5	8
北九州市	488	8	1,011,471	12	993,525	13	△1.8	15
福岡市	341	10	1,341,470	8	1,401,279	8	4.5	3

出典：平成17年国勢調査より作成

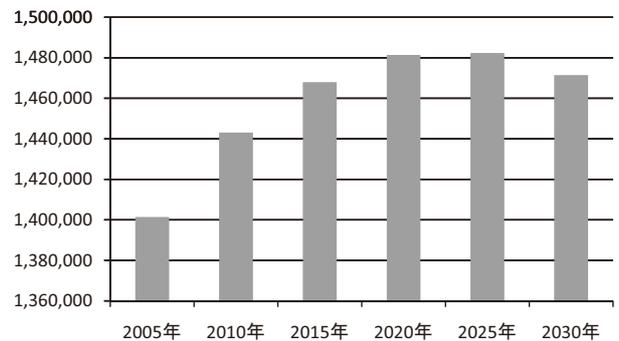


図2 福岡市の人口推移

出典：国立社会保障・人口問題研究所³⁾より作成

勢調査」では、15歳から29歳の若者が全人口の22.5%を占めている(政令市中第1位)。福岡に住む人の5人に1人以上が若い世代であることが分かる。

若い世代でも大学・短大を取り上げてみよう。福岡市には11の大学と9の短大がある。平成21年「学校基本調査」によれば、学生数は約7万6千人で、政令指定都市の中で福岡市は京都市、東京(23区)に次いで人口1000人当たりの学生数が多い都市となっている(表6)。

福岡市はアジアとの人の交流も盛んである。平成15年から19年の5年間で、入込観光客数は5.8%増加している。延べ宿泊観光客数は0.8%減少だが、外国人延べ宿泊数のうち、韓国、台湾をはじめとするアジアからの訪問者が8割を超えている。

福岡空港・博多港からの外国人入国者数はあわせて70万人で、全国的に見ても福岡市は我が国第3のゲートウェイといえる(表7)。福岡人の開放的で

表6 学校数および学生数

	大学・短大	学生数	行政人口	人口千人当たりの学生数	順位
札幌市	22	57,137	1,880,863	30.4	9
仙台市	13	49,779	1,025,098	48.6	4
さいたま市	6	16,133	1,176,314	13.7	18
千葉市	14	28,349	924,319	30.7	8
東京(23区)	128	502,125	8,489,653	59.1	2
横浜市	17	83,153	3,579,628	23.2	15
川崎市	7	32,196	1,327,011	24.3	12
新潟市	12	22,119	785,134	28.2	11
静岡市	8	16,572	700,886	23.6	13
浜松市	7	11,307	804,032	14.1	17
名古屋市	23	92,162	2,215,062	41.6	7
京都市	37	139,237	1,474,811	94.4	1
大阪市	19	32,416	2,628,811	12.3	19
堺市	9	12,627	830,966	15.2	16
神戸市	26	70,966	1,525,393	46.5	5
岡山市	11	28,738	674,746	42.6	6
広島市	18	32,867	1,154,391	28.5	10
北九州市	13	23,123	993,525	23.3	14
福岡市	20	76,668	1,401,279	54.7	3

出典：平成21年 学校基本調査より作成
 注) 行政人口は平成17年国勢調査による。
 学校数は、大学本部の所在地による。
 学生数は、在籍する学部・研究科等の所在地による。
 学生数には学部学生のほか大学院、専攻科生等を含む。

自由闊達、進取の精神に富む気質は、こうしたアジアとの近接性に理由があるのかもしれない。

以上のことから、福岡市の特性として次のことが挙げられる。

- (1) 福岡市は都市機能の集積であり、第3次産業中心の、特に情報通信業、卸売業、サービス業（対事業所）と専門性の高い職業人が集中している。
- (2) 専門性の高い職業人、大学の充実により知の集積となっている。
- (3) アジアに開かれた都市であり、多様性や寛容性が高い。

4. 路地のまち「大名」で展開する新しい取り組み

4.1 大名というまちの特徴

現在の大名地区は、東西南北を幹線道路に囲まれたまちである（図3）。まちなかを毛細血管がごとく迷路のような路地が張り巡らされている。この路地を舞台に古い住宅やアパートを改装して、多くの店舗や飲食店が営まれている。

大名1丁目などは福岡大空襲でも大きな被害を受

表7 港別入国外国人数ランキング（平成20年）

1位	成田空港	428
2位	関西空港	164
3位	中部空港	60
4位	羽田空港	53
5位	福岡空港	43
6位	新千歳空港	31
7位	博多港	27
8位	大阪港	11
9位	那覇空港	11
10位	関門(下関)港	11

(単位：万人)

出典：産業振興ガイド（福岡市）
<http://www.city.fukuoka.lg.jp/industry/>

けなかったこともあり、福岡城下町の特徴である筋違いの交差、T字型の交差がよく受け継がれている。例えば、現在の西鉄グランドホテル前の明治通りS字カーブ、旧紺屋町のジョーキユウ醤油付近の直角でまがる路地などがその名残である。近世から受け継がれる町並み、戦前戦後に建てられた古い建築物、集合住宅。近年のオフィスビルやマンション群。中心市街地でありながらも、古さと新しさが混在する町、それが大名なのである。

実は、路地を厳密に捉えるならば、その多くは戦後の都市計画の流れの中でほとんどが失われたと見るのが正しい。天神、舞鶴、大名といった地域は福岡市の中心市街地であり、自動車の通行を主眼とした幹線道路と、路面電車から地下鉄への整備が進め



図3 大名地区の位置関係

出典：Google マップを基に色付け

られた中心部であることから、大規模な土地区画整備と道路拡幅が施され現在にいたっている。

まち歩きで気がつくのは、古い町並みや住宅・店舗と新しいビルとの混在である。幹線道路をつなぐ道路はセットバックが施された跡が多数みうけられる。また、中心市街地でありながら福岡空港が近接しているため、都心中央において超高層ビルは存在しない^{注2)}。高層ビルもまれである。また、大名地区は、キャナルシティ博多や博多リバレインのような大規模プロジェクトとはこれまで無縁である。

現在では多種多様なセレクトショップや路面店の混在する人気のまち＝大名地区であるが、注目を浴びようになってから今日に至ってもなお変化を続けている。1980年代以降の衣料品店の増加や、エステや美容室に象徴されるサービス業の増加は、天神地区の数次の流通戦争による商業機能の高まりの影響と考えられる。比較的若い世代が、商業集積天神に隣接しながらも比較的安い賃料で、身の丈サイズで店舗を構えることができたことが大きなメリットとなったのではと考えられる。古い家屋やアパートを自らの手で改装して店舗とすることで、天神のそれとは異なるサブカルチャー的商業エリアを築いた。こうしたオシャレなファッション、雑貨が軒を連ねるようになると、こうした感度の高い人々を相手とする飲食店やブランド店が出店し、さらにはファンドマネーの流入により今日の大名ブランドが形成されていったと考えられる。また2000年前後には、IT関連ベンチャー企業や専門学校が存在と安い賃料もあって、多数のクリエイターが集積し、大名バレーなる言葉も生まれた。

そうして人気スポットとして注目を集めたことで、不動産投資ファンドや中央資本が手掛けるビル建設が進んだが、新規開発物件と出店希望者のニーズには大きなズレが生じた。賃料水準、広すぎる面積、そしてターゲット設定が十分でない立地がミスマッチを生むことになった。この点は、「大名・今泉地区の住・商空間の変化」(九州経済調査協会、九州経済調査月報2007.7)に詳しい。まちとしての人気が出たことで、おのずと既存物件の家賃水準も上

昇し、起業の場としての地位は低下することとなった。

平成18年事業所・企業統計調査によれば大名地区の事業所数は2,085事業所(従業員数20,920人)で金融・保険業、不動産業、飲食店・宿泊業、サービス業(他に分類されないもの)の占める割合が多い(表8)。また、商業集積「天神」に隣接する地域であることから従業者密度も非常に高い(大名・舞鶴:55,502人/km²、天神:98,796人/km²(最大)、博多駅:78,047人/km²。なお最少は22人/km²)⁴⁾。

表8 福岡市と大名地区の産業別事業所数・従業員数

	事業所数			従業員数				
	福岡市	割合	大名	割合	福岡市	割合	大名	
事業所	70,359	100.0%	2,085	100.0%	811,903	100.0%	20,920	100.0%
農林漁業	40	0.1%	1	0.0%	464	0.1%	4	0.0%
鉱業	4	0.0%	0	0.0%	20	0.0%	0	0.0%
建設業	4,617	6.6%	42	2.0%	54,816	6.8%	862	4.1%
製造業	2,141	3.0%	18	0.9%	34,451	4.2%	181	0.9%
電気・ガス・熱供給・水道業	107	0.2%	0	0.0%	6,248	0.8%	0	0.0%
情報通信業	1,568	2.2%	74	3.5%	43,466	5.4%	990	4.7%
運輸業	1,576	2.2%	6	0.3%	44,157	5.4%	267	1.3%
卸売・小売業	22,113	31.4%	508	24.4%	208,945	25.8%	5,000	23.9%
金融・保険業	1,399	2.0%	47	2.3%	30,044	3.7%	2,044	9.8%
不動産業	4,297	6.1%	131	6.3%	20,402	2.5%	1,299	6.2%
飲食店・宿泊業	10,892	15.4%	259	12.5%	79,915	9.9%	3,998	17.7%
医療・福祉	4,222	6.0%	100	4.8%	68,455	8.4%	789	3.8%
教育・学習支援	2,295	3.3%	92	4.4%	39,904	4.9%	752	3.6%
複合サービス業	393	0.6%	4	0.2%	6,593	0.8%	25	0.1%
サービス業(他に分類されないもの)	14,572	20.7%	699	33.5%	149,513	18.4%	4,600	22.0%
公務(他に分類されないもの)	213	0.3%	4	0.2%	23,910	2.9%	411	2.0%

出典：平成18年事業所・企業統計

ところで、大名地区は若者のまちともいわれるが、まちの年齢構成はどうであろうか(図4)。平成17年の国勢調査をもとに算出すると、大名地区の年齢構成は、30代前半以下において福岡市全体のそれと大きな違いがあることが分かる。20歳未満の世代が極端に少なく、20代後半から30代前半にかけての世

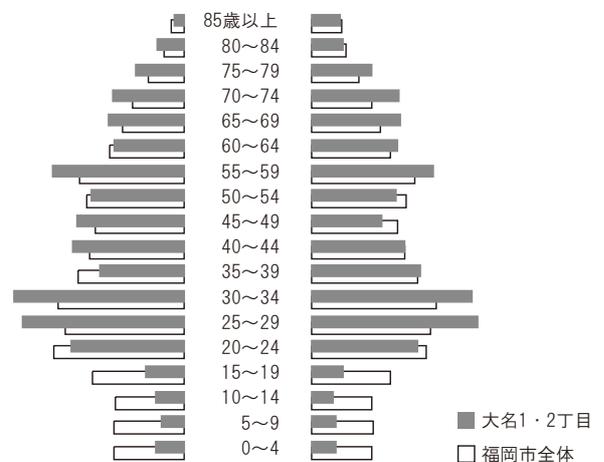


図4 大名1・2丁目の年齢構成 福岡市全体との比較

出典：国勢調査(2005年)より

代が突出している。こうした年齢層が厚いには、近年の大名地区への出店との間に関係があるのかもしれない。この点は今後の調査課題である。

4.2 路地に集まるクリエイティブな人々

1980年代から人気のスポットとなった大名地区は、今日、ある種のブランドを形成するに至っている。起業の場としても是非はともかく、クリエイティブな人々を引き付ける魅力がそこにあるのは、路地のまちということが大きな意味を持っているのではないだろうか（写真1）。

クリエイティビティとは何かしら価値を創造することである。クリエイティブな人々は、自ら創造したものを表現する場を、他者に伝える場を求めているのではないだろうか。そうした表現の場は、確かに比較的成本がかからないという点も重要なファクターのひとつだが、それ以上に、伝えるのに適したスケール感、コミュニケーションが図れる適度な距離感が求められていると考える。路地は、人が歩くことが前提であるため、当然ながらヒューマンスケールが貫徹している。

路地は、地域性があり個性にあふれている。そのため、路地ではおのずと自身とは異なったテイスト

との接点生まれる。価値を創造する人々が、互いに影響を及ぼしあって、また新たな価値を創造する。路地にはそうした仕掛けがあり、こうしたクリエイティブな人々が集まることによって、まちが活性化し、知名度が上がり、経済的価値も向上するのではないだろうか。

4.3 路地での新しい動き

かつて、大名バレーと言われたように、IT関連のベンチャー企業やデスクトップパブリッシングやグラフィックデザインなどを手がけるSOHO事業者が多かったといわれている。今日、こうしたIT関連のクリエイティブな人々が、形を変えて路地のまちで活動をはじめている。

ここでは、こうしたクリエイティブな人々の展開事例として「AIPカフェ」と「大名なう」について取り上げる。

(1) AIP カフェ

「AIPカフェ」は、NPO法人高度IT人材アカデミー（AIP）^{注3）}がITおよびその他業種の人材交流と、勉強会・セミナーを中心とした教育活動を行う拠点的役割を担う場として設立された多目的交流スペースである（写真2）。平成20年（2008年）8月、「紺屋2023（福岡市中央区大名1-14-28 第一松村ビル）」にオープンした。「紺屋2023」は、築約45年のビルに様々な業種のディレクターが集う「未来の雑



写真1 古い共同住宅を利用した店舗



写真2 AIP カフェの風景

居ビル」である。AIP カフェは、現状、IT 関係の勉強会やイベントに利用されている。30名程度が入れば満席となるコミュニティスペースながら、利用料は無料となっている。路地奥の隠れ家的な存在の AIP カフェは、クリエイティブな活動をする人々の完成を大いに刺激し、これまで企業内だけでその能力を発揮していたクリエイティブな人々が、所属といったものを超えて様々な人々や地域社会との接点を持ち始めている。

こうしたクリエイティブな才能が集まることは、まちにとってどういう意味を持つのだろうか。リチャード・フロリダによれば、「現在、国際競争力という言葉はクリエイティブな才能を集め、引き寄せ、引き止める力という意味が中心となっている」という。ビジネスの中で、クリエイティブな部分、価値を創造するという点に着目し、これを高めていくことが重要だという。AIP カフェや紺屋2023のほかにも、博多区上川端の「冷泉荘^{注4)}」など、古い建物を大切にしている考え方の実践（ビルストック活用）を基本理念に、「ひと」「まち」「文化」を大切に思う人たちが集まる建物を運営する取り組みがはじまっている。こうした古いビルでは、詩人や画家、写真家、美術家などが入居し、それぞれがワークショップを企画するなど文化を外部の人と共有する試みが広がっている。地域の住民や地元商店街との交流が進められることで、新しい取り組みやビジネスが生まれることは大きく期待されることである。

(2) 大名なう^{注5)}

「大名なう」とは、大名地区で行われる Twitter とリアルメディアの連動企画である（図5）。Twitter 上でリアルタイムの情報を発信することで、来訪者の増加やまち歩きの回遊性を高める工夫が凝らされている。天神・大名 WiFi 化協議会が事務局として運営している。

平成22年（2010年）2月に開催された第一回イベントでは、新聞、ラジオ、デジタルサイネージとのクロスメディア連動がテーマであり、新聞の号外がでるなど大きな反響を呼んだ。大名とその周辺地域

（天神・赤坂・警固・今泉）を愛する人たち（お客様、店主、メディア、IT 関連者など）がそれぞれの強みを活かし、Twitter をはじめとするネットツールを利用して地域の情報を発信していくプロジェクトを展開している。

「大名なう」の特徴は、参加資格など特になく、店舗とのおお客様、地域とおお客様、他地域と大名を結び付けるコミュニケーションの構築に主眼を置いている点にある。「大名なう」においては、技術が先ではなく、あくまで技術はツールとして利用されているにすぎない。しかしながら、こうした技術を上手く利用し、今日、IT 技術者のみならず店主や来訪者や買い物客一般でも手軽に利用できるようになったことは成功要因のひとつであることは明らかだ。

AIP カフェからはじまった取り組みは現在130店舗を超える商店が参加している。IT 技術者だけでなく、企業経営者など多様な才能を持った人々が集い、注目のまちづくりムーブメントとなっている。

かつて、こうした商店街や古い町並みにおいては、組織内に強い紐帯があり、得てして排他的になりがちであるといわれてきた。しかし、大名をはじめとする天神に近接する路地のまちにおいては、近年のまちの変遷とあわせて、路地のまちのスケール感、換言すれば向こう三軒両隣の関係が、むしろゆるやかな紐帯となって、地元店主や運営メンバーの



図5 「大名なう」のウェブサイト

出典：http://daimyonow.jp/

良好な関係が築かれることとなり活性化につながったと考えられる。

5. コミュニケーションを加速するための課題

福岡市は、九州・山口1,500万人のマーケットの中心であり、都市機能と知の集積である。専門性の高い産業や人々が地理的に集中しているだけでなく、競争と協力を行う機会と場を有している。

福岡の路地は、こうした人と人、企業と企業、人と企業を結び付ける場としての役割を担っているといえるのではないだろうか。クリエイティブな人々は、人間味にあふれるヒューマンスケールなまち＝路地のまちを嗜好している。

福岡市には、中世よりまちが形成されてきた商人のまち博多地区と、近世の城下町としての天神とその周辺地区には路地のまちがある。先の戦争で焦土と化し、あるいは再開発の流れの中で、多くの路地は失われたが、クリエイティブな人々を引き付ける魅力あるまちはいまだ健在である。こうした路地のまちをクリエイティブな人々を集める場として行きたい。

確かに、まちは変遷する。大名の例のように、クリエイティブな人々を集め活性化したまちも、それが行き過ぎるとクリエイティブな人々の住みにくいまちとなるおそれがある。そうした行き過ぎや街の衰退を時の流れに任せるのではなく、コントロールすることもポイントではないだろうか。

5.1 人材面での支援を

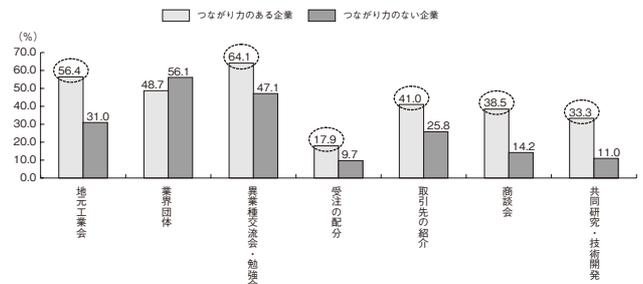
路地で展開するような中小企業が持続的な発展を遂げてゆくためには、人材を確保し活用してゆけるかが重要となる。少子高齢化が進行している中、有能な人材の確保はこれまで以上に困難になることが予想される。多様な人材を確保するためには、女性や高齢者といった人材の活用やワーク・ライフ・バランスといった取り組みもさることながら、人材面での支援によって弱点を克服する取り組みも必要だろう。例えば、路地の企業へのインターンシップの推進、新現役とその力を必要とする地域の企業のマツ

チングなど、雇用・人材支援策の充実を図りたい。

5.2 企業同士の連携の支援を

AIP カフェの事例からもわかるように、路地のまちでは異業種交流や勉強会が活発に行われている。路地のまちは、そのスケール感から特に中小・小規模企業間の連携も進めやすいのではないかと。異分野の企業が有機的に連携し、その経営資源を有効に組み合わせることで新事業活動を行うことにより新たな事業分野の開拓も図ることができる。行政がそうした企業が出会う場を設定する、あるいはマッチングする役割を担ってはどうか。

企業間のつながりをうまく活用し、高い収益を上げている企業（つながり力のある企業）と、企業間のつながりをうまく活用できていない企業（つながり力のない企業）の取り組みに違いがあるのだろうか。中小企業白書⁵⁾によれば、「つながり力のある企業は、つながり力のない企業と比べて異業種交流会等に積極的に参加している」（p.105）としている（図6）。路地のまちを舞台に、異業種交流をぜひとも進めたい。



資料：中小企業庁委託「取引ネットワークに関する調査」（2009年12月、株式会社三菱総合研究所）
 一橋大学産業・金融ネットワーク研究センター委託「取引ネットワークに関する調査」（2009年12月、株式会社帝国データバンク）
 (注) 1. ここでいうつながり力のある企業とは、「過去3年間の業績の変化（営業利益）」で「増加」又は「やや増加」と答え、かつ「過去10年間の取引先数の変化」で販売・受注先の取引先数が「増加」又は「やや増加」と答えた企業をいう。
 2. ここでいうつながり力のない企業とは、「過去3年間の業績の変化（営業利益）」で「減少」又は「やや減少」と答え、かつ「過去10年間の取引先数の変化」で販売・受注先の取引先数が「減少」又は「やや減少」と答えた企業をいう。
 3. 複数回答であるため、合計は必ずしも100にならない。

図6 企業の交流活動等の状況
 ～つながり力のある企業は、つながり力のない企業と比べて異業種交流会等に積極的に参加している～

出典：2010年版中小企業白書

5.3 住民と路地を守る

大名の変遷を考えると、行き過ぎたファンドマネーの流入は、クリエイティブな人々の退場を促すことになるだけでなく、地域の住民をも追いやる結

果を招くことにはならないだろうか。

逆に、路地がクリエイティビティにとって重要な要素であったとしても、路地は様々な課題を抱えていることも事実である。安易にすべての路地を良しとはできない。例えば、建物の建て替えが難しい点や、防災面での不安などもある。

今、大名から今泉、春吉といった地域にも人々の関心は移っている。路地のクリエイティブティを引き寄せる要素を見守りつつも、地域の住民との関係や新しく入ってくるモノたちと良好なコミュニケーションを築いて行けるようコーディネート力が求められるのではないだろうか。

6. まとめ

これまでの日本は、どこか新しいものが尊ばれるという文化があった。明治維新しかり、戦後の復興、高度成長しかりといった具合である。古い文化を否定し新しいものに置き換えてゆく考え方が、これまでの日本を支えてきたといっても過言ではないだろう。

今日、路地や古い建物といったものに高い付加価値を見出す動きが興っている。これは、アンチ合理性やノスタルジーという言葉だけでは説明できないものである。路地での店舗展開は経費負担面でのメリットだけでなく、自分なりのテイストで好みのスタイルを表現することができるという点も大きい。個性的な店舗が集まることで、さらにまちの求心力が高まってゆく。こうして洒落た路地が商業空間としてにぎわいを形成したのが大名というまちではないだろうか。

ところが、一見、華やかに見える大名のまちも、今日、一時の勢いが衰えているかのように見える。近年、大名が注目されるにしたがって、新規開発の商業ビル、マンション、オフィスの供給が積極的に進められたてきた。このことが大名の独特な個性を希薄化し、今泉や警固といった地区へのテナント流出、クリエイティブな人々の離反を招き始めている。

路地のまちのにぎわい低下は、地域経済の危機に

直結する。こうした危機を回避するためには、まず、市民がまちの特性を再認識すべきである。これまで「大名」というブランドを支えてきたものは、地域の「人」である。昔からの商業地として今日の大名を創って来た人々、この土地を守り続ける住民と、個性的な店舗を営む若い世代をはじめとする人々が一緒になって積極的に取り組む必要がある。

今日、私たちの生活に不可欠となった IT 技術の普及（インターネット、携帯電話、携帯情報端末などとそれらをインフラとしたサービスの普及）は、これまでのコミュニケーションのあり方にも大きな影響を与えた。時間と距離が関係ない世界が急速に広がり、世界は確実に均質化へと向かっているといわれる。しかしながら、IT が進展すればするほど、リアルな場でのコミュニケーションの重要性が高まるとは考えられないか。

クリエイティブな活動が、まちづくりに果たす重要なポイントは、その才能を生かす機会と場を提供することにある。路地というスケール感が、フェイス・トゥ・フェイスでのコミュニケーションを加速し、さらなるビジネスの連携や、新しい価値を創造することにつながる。路地におけるクリエイティブな取り組みが、まちのにぎわいをもたらす。路地とクリエイティビティの関係性を考察にいたたまちづくりを提案する。

注釈

- 注 1) 福岡市、筑紫野市、春日市、大野城市、太宰府市、那珂川町、古賀市、宇美町、篠栗町、志免町、須恵町、新宮町、久山町、粕屋町、宗像市、福津市、糸島市
福岡都市圏（福岡都市圏広域行政事業組合）：
<http://www.fukuoka-tosiken.jp/>
- 注 2) 大阪航空局：お知らせ 空港周辺における建物等設置の制限
<http://www.ocab.mlit.go.jp/news/limit/>
- 注 3) NPO 法人高度 IT 人材アカデミー
<http://www.npo-aip.or.jp/>
- 注 4) 福岡市博多区上川端町で築51年を迎える昭和のレトロビル。有限会社吉原住宅とスペース R デザイン株式会社がプロデュースしている。
- 注 5) 大名なう <http://daimyonow.jp/>

参考文献

- 1) リチャード・フロリダ：クリエイティブ都市経済論
(小長谷一之訳)。日本評論社、2010。
- 2) 福岡市経済振興局：福岡市の産業政策 平成21年度版。
2009。
- 3) 国立社会保障・人口問題研究所：日本の市区町村別将来推計人口（平成20年12月推計）。2009。
- 4) 樗木武：福岡市の職住空間分布構造とその所要用地検討法。都市政策研究、第9号、pp.65-78、2010。
- 5) 中小企業庁：2010年中小企業白書。2010。