

『谷根千』から学ぶ地域ブランドの作り方 — ローカルメディア製作による地域の魅力再認識の可能性 —

山田 美里 YAMADA Misato

(公財) 福岡アジア都市研究所 研究主査

■**要旨**：東京の人気観光エリア「谷根千（ヤネセン）」の名は、1984年に地域住民らによって創刊されたローカルメディア『地域雑誌 谷中・根津・千駄木』をきっかけに生まれ、のちに人々の注目を集める地域ブランドが確立した。一方、福岡市は観光客数が増加傾向にあるものの、市内に際立つ観光名所がないという認識を市民が持っており、市内の特定地域に対する愛着から観光エリアづくりに発展させる事例は見られない。「谷根千」の地域ブランド形成の要因は、①人、②内容、③マスメディアと観光、④地域活動であったことから、地域ブランドを作る方策のヒントとして、①地域の一員が、②多様な地域活動とともに、③読者が共感できる内容を発信することが考えられる。

■**キーワード**：谷根千、地域雑誌 谷中・根津・千駄木、地域ブランド、町の魅力、まちづくり、ローカルメディア、地域メディア

1. はじめに

「観光名所」が福岡市内にはないという市民の認識は今に始まったことではない。1987年度の福岡市中堅職員研修第1班が作成した「ふくおか みどころ 再発見」の冒頭に、「私達は、福岡市に居ながら・勤めながら福岡市の見どころを良く知らないのではないだろうか。それは、他都市から来客があると市内であれば美術館や植物園などのわずかな限られたところを案内または紹介し、その他は、太宰府や柳川等の市外に案内しているのが現状ではあるまいか。福岡の町は古く、歴史もある町なのに、なぜだろうか。そんな筈はない、私達が知らなすぎるのではないか。」⁽¹⁾と、自分たちで観光案内書を作ろうと思いついた経緯が記されている。

新型コロナウイルス感染症が蔓延する前、福岡市の入込観光客数は年々増加し、2019年には過去最高の2,148万人と推計されていた⁽²⁾。近年は、商業施設以外においても観光客が楽しめるまちにしているために、福岡市やまちづくり団体による様々な取り組みが進められている。例えば、博多旧市街プロ

ジェクト（2017年開始）、一人一花スプリングフェス（2011年開始）、きらめき通り歩行者天国（2014年開始）、公開空地活用、Park-PFI（都市公園における公募設置管理制度）など都心を回遊してもらう様々な施策が導入されたことにより、都心への来街者をもてなす効果を発揮していると考えられる。しかし、買物や飲食の他に見所がないという認識は今でも市民の間で根強く残っている。

このような認識は、福岡市に観光資源が本当にないのではなく、観光資源としての価値が市民によって認識されていないことが考えられる。東京の人気観光地の一つ「谷根千（ヤネセン）」は、住民が発行した季刊誌『地域雑誌 谷中・根津・千駄木』によってまちの魅力が発掘、発信され、やがて全国的な知名度を誇る地域ブランドとなった。本稿では、「谷根千」地域における地域ブランドの形成過程を整理し、福岡市のように観光名所が乏しいと市民が思っている都市においても地域の魅力が再認識され地域への愛着が醸成される方策や可能性のヒントとなり得る要因について考察する。

2. 谷根千とは

2.1. 地域雑誌の通称名から地域名へ広がった経緯

2.1.1. 地域雑誌『谷中・根津・千駄木』

地域雑誌『谷中・根津・千駄木』（以降、『谷根千』）は、1984年から2009年までの25年間に計94号が刊行されたA5版の季刊誌である。東京都文京区の「根津」、千駄木、台東区の「谷中」、荒川区の「西日暮里」、北区の「田端」エリアを生活圏とする⁽³⁾、仰木ひろみ氏、森まゆみ氏、山崎範子氏の三人が、「江戸の寛永寺の創建に始まる350年を超える地域の歴史を掘り起こし、聞き書きという手法で『記憶を記録に変える』」⁽⁴⁾ことを目的として創刊した。

1984年10月『谷根千』創刊号の発行部数はわずか1,000部であったが、創刊から4年後頃には発行した1万部が一年で完売するようになりその後も安定的に1万部を販売できていた。しかしながら、『谷根千』編集者らは、地域でのネットワーク力、影響力の高まりが、権力構造に繋がりがかねないことを危惧し、「読者や町の人との人間的な関係を大事にするため、1992年の夏（『谷根千』第32号発行前後）に、発行部数を8,000部に減らし再販はしないこととした」⁽⁵⁾。その後15年以上にわたり合計約60号を発行し続けてきていたが、販売部数は徐々に減り、2009年8月に終刊した。

2009年終刊後は、2000年6月に開設されたホームページ上で、バックナンバーの在庫状況のお知らせや、絶版となった第1号～10号の本文テキスト掲載、情報発信などの活動が継続されている。2022年10月には全94巻が別冊17巻とともにデジタル化され、電子復刻版として販売され始めた⁽⁶⁾。

2.1.2. 「谷根千」という通称の広がり

①雑誌名

「谷根千」という地域名は、1984年に地域雑誌『谷根千』が創刊されるまで存在しなかった⁽⁷⁾。誌名の「谷中・根津・千駄木」が長いこと、編集者たちや地域の人たちが縮めて呼び始めたのが始まり⁽⁴⁾であるが、活字として初めて世に出たのは、同年10月15日発行の創刊号「其の一 菊まつり特集号」の裏表紙に掲載された、「地域雑誌『谷中・根津・千駄木』」の紹介文の中である。そこには、「『谷根千』は池之端、

桜木、向ヶ丘、日暮里など周辺部も含め、この街に住む方々（原文ママ）、いいお店、史跡、古い町並、年中行事などをテッテイ的に取材、ご紹介します。」⁽⁸⁾と書かれてある。

新聞紙上初めて「谷根千」という言葉が使われたのは、『谷根千』の英語版が発行された時で、1987年10月26日朝日新聞夕刊の「ジョルダン・サンドさん 下町ミニコミ英語版（人きのうきょう）」と題した記事に、「東京の下町の活気が伝わってくる英文雑誌「Yanesen」創刊号がこのほど刷り上がった。谷中、根津、千駄木の頭をとった題名。」とあり、同記事に「地域の隔月誌『谷根千』」の言及も見られる⁽⁹⁾。

また、1987年11月27日東京読売新聞朝刊の「季刊タウン誌『谷中・根津・千駄木』」が路地を調査し特集記事を組んだことを紹介する記事にも、「『谷根千』（やねせん）の愛称がすっかり定着したようだ。」とあり⁽¹⁰⁾、創刊からわずか3年で、雑誌の通称名が人々に認知されていたことがうかがえる。

②編集者名（屋号）

『谷根千』第3号・初版（1985年3月発行）のクレジット欄に、「発行＝谷根千工房（編集室トライアングル改め）」と書かれ、発行人の屋号が「トライアングル」から「谷根千工房」へ変わった。「谷根千工房」と印字し始めたのは第3号からで、その経緯について仰木ひろみ氏は、「雑誌を置いてくれている方達が『谷根千さんが来たよ』と言っていたから、「谷根千工房」にしてしまおう、となった」と話す⁽¹¹⁾。

第3号以降、クレジットには毎号「谷根千工房」が印字されるようになった。初版では「編集室トライアングル」であった創刊号と第2号は、のちに増刷される際に、「谷根千工房」と印字されている。また、1986年5月5日には有限会社として法人化され、会社名「谷根千工房」が公的にも登録された⁽¹²⁾⁽¹³⁾。

③エリア名

創刊から2ヶ月後に発行された『谷根千』第2号（1984年12月）に、「谷根千マップ」と題した、森まゆみ氏による手描き地図が見開きで掲載されている。この地図に、名所旧跡や誌面の特集記事で取り

上げた銭湯の位置とともに、『谷根千』の販売店が「『谷根千』のおいてある所」としてプロットされている。評論家の田中直毅氏は、週刊『エコノミスト』の記事のなかで、「谷根千と一括されるこの地域が、新しいイメージをまとい始めた⁽¹⁴⁾」と記し、同記事が発行された1985年10月の時点で、人々にエリア名として認識され始めていることがわかる。また、『谷根千』第20号(1989年7月発行)前後から、誌面で紹介される読者からのお便りに、エリア名としての「谷根千」の使い方が見られ始めた。

図1は、日本経済新聞社が提供するオンラインデータベース「日経テレコン」で1984年～2021年における、新聞、雑誌、テレビ¹⁾、企業情報などのメディアを対象として「谷根千」「谷中 and 根津 and 千駄木」「Yanesen」をそれぞれ検索した結果である。1985年頃から、「地域雑誌 谷中・根津・千駄木」が、1987年頃から「谷根千」が地域雑誌の略称として新聞で使われるようになった。

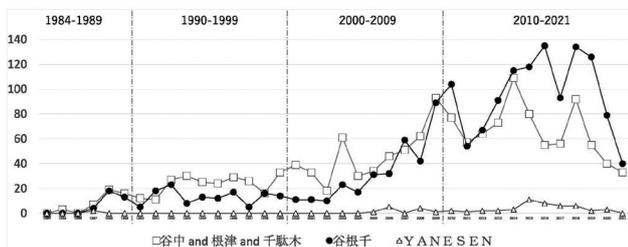


図1 日経テレコン検索結果
出所：日経テレコン検索結果をもとに著者整理

1989年5月27日東京読売新聞の、文京区と台東区が協力して秋祭りを開催することを伝える記事に、「この一帯は通称『谷根千』と呼ばれ、昔から住民たちの連帯意識も強いところ。」⁽¹⁵⁾とあり、エリア名としての「谷根千」が、地域住民の間で浸透していることがわかる。

2.1.3. 地域雑誌『谷根千』の活動の認知

① NTT タウン誌大賞

1985年11月、地域雑誌『谷根千』が、第1回「NTT タウン誌大賞」を受賞した。全国から408誌のタウン誌が応募し、どれだけ地域文化・地域コミュニケーションの発展に貢献しているかを選考基準に選ばれた大賞10誌のひとつが『谷根千』であった⁽¹⁶⁾。

さらに『谷根千』は、1988年の第4回「NTT

タウン誌大賞」を再び受賞し、1994年の第10回NTT全国タウン誌フェスティバルで「特別賞」を受賞した⁽¹⁷⁾。

森まゆみ氏が第1回受賞誌座談会のタウン誌仲間から聞いた話としてエッセイに書いているが、当時、「高度成長期以降の『モノからココロへ』『会社人間から地域人間へ』という流れの中で、第二次タウン誌ブームが起きていた」⁽³⁾ことから、毎回400～600誌もの全国のタウン誌の中から特に秀でた雑誌として選ばれたことは、『谷根千』の域内外での知名度をさらに高めることに寄与したと考えることができる。

② トヨタ財団研究コンクール助成事業採択

『谷根千』の活動が広く知られるきっかけになったもう一つの大きな出来事は、1986年5月に、大学の教授や学生、地域住民らとともに結成したグループ「江戸のある町 上野・谷根千研究会」が、トヨタ財団の研究コンクールの助成事業に採択され、約2年半に渡り「上野・谷中・根津・千駄木の『親しまれる環境』の調査研究」を実施し、1989年4月の研究報告会にて優秀賞を受賞したことである。

グループ結成の背景として、上野、谷中、根津、千駄木の町で、再開発や地上げ行為が散見されるようになり、住民が転出を余儀なくされる状況が続くなか、「このままじゃ、街がダメになる！」と危機感を持ったことが紹介されている⁽¹⁸⁾。

なお、この活動はのちに、地域資産の調査・周知イベントの開催や、歴史的景観・生活環境の保全育成など数々の活動を手がけてゆく、まちづくりグループ「谷中学校」の結成のきっかけとなった⁽¹⁹⁾。

③ サントリー地域文化賞受賞

1992年には、サントリー文化財団が、地域文化の発展に貢献した団体や個人に、1979年から毎年贈呈している「サントリー地域文化賞」を、「地域雑誌の刊行を中心に、地域の歴史と文化を掘り起こすコミュニティ活動」を行う団体として「谷根千工房」が受賞した⁽²⁰⁾。雑誌制作だけでなく、地域の環境保全、街並み、歴史・建築物の保存活動に地域住民と共に取り組んできたことが評価され、受賞によって、その活動意義が内外に知られることとなった。

2.1.4. 現在の「谷根千」の使われ方

社会情報学研究者の岡村圭子氏が「2000年代から、不動産のチラシにも「谷根千」の表記が見られるようになってきた」と考察しているように⁽²¹⁾、『谷根千』とは直接関係のない媒体において、「谷根千」が用いられるようになった。特に、2009年に『谷根千』が終刊して以降は、雑誌名が言及される機会が減り、エリア名としての「谷根千」が定着した。

現在発売中（2022年10月末時点）の、「谷根千」を紹介している旅行ガイドブック16誌（詳しくは、3.3、表2）のうち、「谷根千」が「谷中」「根津」「千駄木」地区の総称であると説明しているガイドブックは、全体の75%（12誌）あったが、地域雑誌『谷根千』がその言葉の発祥であることを説明しているガイドブックは、わずか13%（2誌）であった。加えて、その2誌は同じ出版社であり、他社での言及がないということは、今後ますますエリア名としての「谷根千」の定着が進むと考えられる。

2022年9月末の「谷根千」界隈で実際に見つけることのできた地域雑誌『谷根千』以外の「谷根千」は、「谷根千整骨院」（整骨院）、「谷根千薬局」（薬局）、「谷根千 az café」（カフェ）、「谷根千のへそ」（デザートメニュー）、「谷根千ゆかりの文人まっぷ」（文京区立本郷図書館オリジナル制作のまち歩き地図）、「HOTEL GRAPHY と谷根千」（ホテルが制作するガイドマップ）、「谷根千フラサークル」（フラダンスの市民活動団体）であった。

2.2. 「谷根千」の人気エリア化の状況

2.2.1. 観光客数

「谷根千」地域で最も観光客の集まる谷中が属する台東区の観光客数（図2）は、2020年以降は、他地域同様、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で大幅に減少しているが、2000年代より国内外からの観光客が着実に増加した。「谷根千」界隈の最寄り駅の一つ、日暮里駅は、2010年に在来線で国内最速の特急列車が導入され⁽²²⁾、成田空港から最速36分で到着できるようになった⁽²³⁾ことで「世界からの玄関口」となり、外国人観光客の流入が著しく増加した。また、台東区全体だけでなく、谷中地区の観光客数も2008年から2倍以上に増えており（図

3）、「谷根千」地域の人通りが多くなっていったことがわかる。

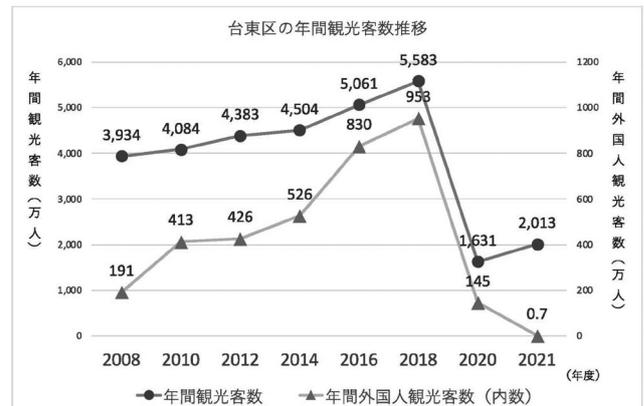


図2 台東区の年間観光客数

出所：台東区「令和3年台東区観光統計分析報告書」（2022）をもとに著者整理



図3 谷中地区の年間観光客数

出所：台東区文化産業観光部観光課「台東区観光統計・マーケティング調査」（2010、2012、2014、2016年度）をもとに筆者作成。※注：2012年度調査は、精度向上を目的にアンケート調査地点や設問項目を増やし「観光目的で来訪した観光客の割合」が低下したため、最終的な推計値が減少した。

2.2.2. 商店街の賑わい

日暮里駅から近い谷中銀座商店街（通称：谷中ぎんざ）は、「谷根千」の観光スポットとしてメディアに取り上げられる機会の多い商店街である。商店街が1996年のNHK朝のテレビ小説『ひまわり』の舞台になると域外からの来街者が増え、2000年代に近隣型商店街から広域型商店街へと発展し、図4に示すように、2000年代後半以降、平日と休日の来街者の差が広がり、観光地化が進んだ⁽²⁴⁾。

1990年、谷中ぎんざの端にある石段の再整備にあわせ、地域の町会は石段の愛称を一般公募した。森まゆみ氏によると、偶然通りかかった際に適当に書いて投函した「夕焼けだんだん」が採用された⁽²⁵⁾。

現在でもその愛称が使われており、谷中ぎんざとともに、多くの人を訪れる人気スポットとなっている。

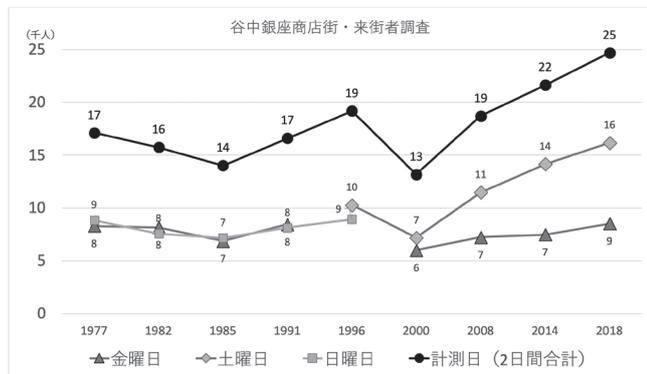


図4 谷中銀座商店街への来街者数推移
出所：谷中銀座商店街振興組合「商店街研究会平成31年2月例会」発表資料(2019) p.52「来街者調査」をもとに著者整理

2.2.3. メディアでの言及

1985年頃から、エリア名「谷根千」がメディアに登場し始めたことは、2.1.2の③で示したが、表1に挙げるように、4年後の1989年には、「谷根千」地域の人気が増していることを表す「ブーム」の言葉が使われ、町を訪れる人が増加したことがわかる。2003年には、新たな層として若者の往来が町中で見られるようになり、また、「ブーム」から20年以上経つ2011年の時点でもその人気は衰えていない。

表1 「谷根千」の人気に関する言及

年	媒体	言及内容	参考文献
1987	日経流通新聞	「この地域は日本的情緒を残すかいいわいとして以前から外国人の旅行者に人気があったが、最近は住む人も多い。」	26
1989	日経流通新聞	「このところ『谷根千』（谷中、根津、千駄木）ブームで学生のグループや外国人客が増えた。」	27
2003	日経トレンディ	「訪れる人といえば以前は墓参りの人が主だったが、最近は若い人の散歩スポットとして注目されるようになってきた。」	28
2011	日本経済新聞電子版	「路地に沿ってレトロな建物が並び、行列ができるメンチカツ販売店のある『谷中銀座』商店街やカフェなどに大勢の街歩き愛好者が訪れる。」	29

出所：参考文献⁽²⁶⁾、⁽²⁷⁾、⁽²⁸⁾、⁽²⁹⁾をもとに著者整理

3. 『谷根千』ムーブメントの要因

地域雑誌『谷根千』から、地名「谷根千」が一般に浸透し地域ブランドとして確立するほどのムーブメントが起きた要因として、①人、②内容（名称、クオリティ、双方向のコミュニケーション、販路）、③マスメディアと観光、④地域活動が挙げられる。

3.1. 人

『谷根千』編集者の仰木ひろみ氏、山崎範子氏、

森まゆみ氏の才能と性格、志、そしてバイタリティ（どんな困難にもあらゆる方法で乗り越えようとする活力）が、このムーブメントには欠かせない。

山崎範子氏と森まゆみ氏には約2年間の出版社での勤務経験があり、雑誌の編集に加え、どう売るか、どうすれば読んでもらえるかという戦略や考え方に關しても素地があった。さらに、森まゆみ氏は、出版社の前に7か月間PR（パブリック・リレーションズ）会社にも勤務しており、ここで習得した、例えば協力者の増やし方や、行政機関の中での味方の見つけ方、ジャーナリズムを味方につける方法などの戦術・戦略経験が、その後の市民運動に活かされている、と2016年の講演で話す⁽³⁰⁾が、この経験は地域雑誌『谷根千』の協力者、支援者、愛読者、情報提供者のつくり方にも活かされていたと考えられる。

3.2. 内容(名称、クオリティ、双方向のコミュニケーション、販路)

3.2.1. 名称

これまで誰も一括りにしていなかった場所を一括りにして、「谷根千」という聞き心地のよい言葉で呼び始めたことは、ムーブメントの大きな要因のひとつである。

建築史家の陣内秀信氏は、2021年の森まゆみ氏との対談の中で、「『谷根千』というネーミングが絶妙。タイトルとしてだけじゃなくて、コンセプトが抜群にいい。谷中、根津、千駄木を一緒の地域として括ってしまうという発想が画期的でした。」と話し、お屋敷町と町人地の住民が互いに上下意識を持ちつつも助け合いながら暮らしてきた江戸時代からの地域性を、『谷根千』はうまく切り取った、と高く評価する⁽³¹⁾。

また、行政区域ではなく住民目線の生活圏を中心に、なおかつ明確な地理的境界を定めず²⁾『谷根千』の刊行を続けたことは、岡村圭子氏が指摘するように、メディアや個人による「谷根千」のイメージのズレを生じさせたが⁽²¹⁾、その曖昧さが余白を生み、『谷根千』に共感する人や親近感を持つ人を増やし、認知拡大に繋がったのであろう。

3.2.2. クオリティ

『谷根千』第45号(1995年12月発行)の「サトウハチロー」特集を読んだ作家の小沢信男氏から、「後世、弥生町とサトウハチローを調べる人が現れたら、これは第一級資料になるでしょう」(1996年3月発行『谷根千』第46号 p.48)と絶賛されるほど、『谷根千』の記事の質は高かった。1989年8月28日付日本経済新聞の記事でも、『谷根千』は、「郷土史的な特集の切り口の鋭さと、情報が次々と寄せられる『場』の活性化ぶりが、地域外の人々からも評価されている⁽³²⁾と紹介されている。

森まゆみ氏の1996年のインタビュー記事によると、仰木氏は「衣服・食べ物など生活風俗」に、山崎氏は「自然環境や都市問題」に、森氏は「文学・美術史や建築」に興味や関心を持ち、三人のそれぞれの関心が編集に生かされたことで雑誌の独自性が作られた⁽³³⁾。

多種多様なテーマと丹念な取材が『谷根千』の質を高め、幅広い読者を惹きつけていた要因であろう。

3.2.3. 双方向のコミュニケーション

『谷根千』は創刊当初から、一方通行のメディアではなく、双方向のコミュニケーションの場となることが意識されていた⁽³²⁾。間違いを恐れずにまず書いて発行し、指摘された間違いは謝って訂正し、新たなコミュニケーションや気付きが生まれた。

歴史学研究者のジョルダン・サンド氏は、「『谷根千』は徐々に、誌上に出会いの空間を創り出し、編集人、記事の書き手、イラストを提供する画家、聞き書きの相手、谷根千内外の読者、便りの投稿者といった人々が、この空間に加わっていき、「誌上のコミュニティ」が形成されたと分析する⁽³⁴⁾。

販売店に『谷根千』を買いに行くことができない購読希望者へは宅配や郵送による販売が行われていたが、その購読者向けに、主催や協力イベントの情報やスタッフの身近な話が手書きで書きこまれた『谷根千通信』が毎回作成され、新刊の『谷根千』に同封された⁽³⁵⁾。このような手作りだよりも、編集者らと読者の距離を縮め、イベントに参加したりお便りを送ったりといったアクションを促すことに一役買っていたと考えられる。

3.2.4. 販路

『谷根千』の販路について、当初、一般的なタウン誌のように、地域で商売をしているお店から広告料をもらう代わりに雑誌を何十部か提供し、店頭で無料で配ってもらうことが考えられていたが、地域住民を相手に数百円の商売をしているため雑誌の無料配布を付加価値と捉えないお店が多いことがわかったため、雑誌本体に値段をつけて協力店に置いてもらい、読者に買ってもらう方針をとることになった⁽³⁾。『谷根千』創刊号の販売が好調だったことについて、週刊『エコノミスト』編集部の原沢政恵氏は、「お金を出して買ってもらえる数少ないタウン誌の誕生だった」と考察する⁽³⁶⁾。

約300の『谷根千』販売協力店は、主に「谷根千」地域に所在し、本屋だけでなく、飲食店、専門店、ギャラリー、旅館、病院、大学生協など多様性に富み、幅広い読者層へのリーチと新たな読者の獲得を可能にした。

3.3. マスメディアと観光

谷根千工房が新聞記者やテレビ局から映像映えする場所の問い合わせを受けたり、特定のシチュエーションの再現の相談を受けたりした背景には、1980年代の江戸・東京ブーム⁽³⁷⁾と、それに続く下町ブーム、そして「下町」の観光地化⁽³⁸⁾がある。ブームに合わせて話題を探すマスメディアにとって、郷土史や文化、町並みを若い女性編集者らの目線で取り上げる『谷根千』は話題の宝庫であり、谷根千地域に取材対象を見つけようとした。そして、社会学者の五十嵐泰正氏が、地理的な定義とはあまり関係なく「『下町』と呼ばれる場所が(観光)スポット化する傾向が加速」したと指摘するように⁽³⁸⁾、マスメディアが谷根千エリアを取り上げるにつれて、地域の観光地化が進んだ。

「大宅壮一文庫」雑誌記事データベースによると、雑誌記事に「谷根千」が初めて登場したのは、1988年に創刊された若い女性向け雑誌「Hanako」の1989年2月2日の記事「ラスト・ダウンタウン特集 谷中・根津・千駄木」である。この年に、この雑誌を発祥とする社会現象から生まれた言葉「Hanako族(ハナコ族)」⁽³⁾が流行語大賞を受賞し

ており、「下町」を求めて谷根千に向かう若い女性が増えたと推察できる。

「大宅壮一文庫」データベースにおける、「谷中・根津・千駄木」、「谷根千」、「Yanesen」を含む雑誌記事のそれぞれの年間発行数の推移（図 5）を見ると、「谷中・根津・千駄木」および「谷根千」は、2000 年代以降安定的に発行され、2009 年に『谷根千』が終刊した後もその傾向は大きく変わっていない。「谷根千」がエリア名として言及され続け、エリア名としての認知がさらに広がったと考えられる。

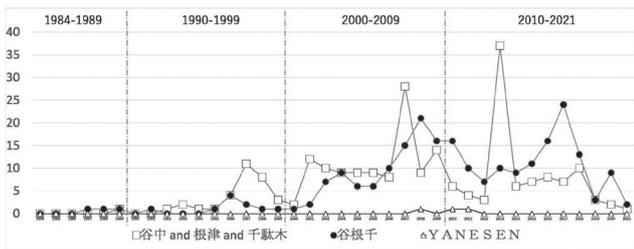


図 5 大宅壮一文庫データベース検索結果
出所：大宅壮一文庫検索結果をもとに著者整理

2022 年 10 月末時点で発売されている、東京を旅先とする旅行ガイドブック 17 誌のうち 16 誌に「谷根千」が掲載されており、観光地としての「谷根千」

の人気の高さがわかる。表 2 は、16 誌に掲載されている紹介文から抽出した「谷根千」を表現するキーワードである。

「散歩」や「まち歩き」に適した場所であるという認識は全誌に共通している。7 割強でみられる「下町」という表現は、前述した「下町ブーム」の影響であるが、特徴として、「寺町」、「商店街」、「レトロ」、「昭和」、「江戸」、「猫」などの多彩な表現がみられることが挙げられる。また、「文化・芸術・個人的」の背景には、美術評論の西原珉氏が指摘するように、寺の講堂がアトリエ代わりになったり、家賃の代わりに絵が受け取られたり、町のあらゆる空間を使った展示会（「芸工展」）が開催されたりする「谷根千」地域の住民らのアートに対する理解の深さがある⁽³⁹⁾。これら「谷根千」の観光地としての多様性は、幅広い層の観光客を引きつける要素があることを示しており、地域ブランドが確立した要因であろう。

3.4. 地域活動

谷根千工房のメンバーらは、雑誌の刊行のほか、お祭り、展覧会、映画上映会、まち歩きイベント、

表 2 「谷根千」を紹介する旅行ガイドブックでの表現キーワード

ガイドブック	出版社	出版年	紹介ページタイトル	紹介ページ本文での表現キーワード											地域名の説明	地域雑誌「谷中・根津・千駄木」の説明	
				散歩・まち歩き	下町	寺町	商店街	レトロ	ノスタルジック・懐かしい	暮らし・庶民的	文化・芸術・個人的	昭和	猫	江戸			人情
るるぶ 東京 超ちいサイズ	JTBパブリッシング	2022	昔懐かしい街並みや商店街が魅力 谷根千	○	○	○	○	○	○	○					○		
片手で持って歩く地図 東京	成美堂出版	2022	郷愁あふれる下町散歩の人気コース 谷中・根津・千駄木	○	○	○	○	○	○	○					○		
ハレ旅 東京	朝日新聞出版	2021	下町情緒あふれる人気のおさんぽスポット 谷根千	○	○	○	○	○	○	○					○		
Tokyo guide 24H	朝日新聞出版	2021	レトロっぽが新鮮な 谷根千へ	○	○	○	○	○	○	○				○			
地球の歩き方 aruco 東京	学研プラス	2021	情緒あふれる下町をぶらりおさんぽ 谷根千	○	○			○	○	○				○	○		
まっふる 東京観光mini'22	昭文社	2021	路地裏も楽しい下町ディープ探検	○	○				○								
まっふる 超詳細！東京さんぽ地図	昭文社	2021	谷根千 のんびりとした雰囲気や下町 神社や静かな寺町、名物商店街を散策	○	○	○	○	○	○	○				○	○		
& TRAVEL 東京 2022 ハンディ版	朝日新聞出版	2021	谷根千エリア & まだまだ行きたい！	○				○							○		
おとな旅プレミアム 東京	TAC出版	2021	庶民の人情と下町の活気が残る 谷中・根津・千駄木	○	○	○	○	○	○	○				○	○		
地球の歩き方 東京	学研プラス	2021	谷中・根津・千駄木（谷根千）	○				○	○	○						○	
ことりっぶ 東京	昭文社	2020	①懐かしい風景に出会える谷根千を街歩き ②探検するように、谷根千の路地裏さんぽへかけましょう	○		○	○	○	○	○					○		
ココミル東京	JTBパブリッシング	2020	下町の人情とアートが根付く谷根千のおさんぽ	○	○				○	○					○	○	
ソロタビ 東京・横浜	JTBパブリッシング	2019	ディープタウン：下町情緒をひとり感じながら 谷根千 谷中・根津・千駄木 のんびりさんぽ	○	○			○	○	○				○	○		
歩いて楽しむ 東京	JTBパブリッシング	2018	人情味あふれるノスタルジックな下町 谷中 根津 千駄木	○											○	○	
COLOR+ 東京	昭文社	2018	レトロな魅力漂うエリアで食べ歩き♪ ほっこり谷根千グルメさんぽ	○		○	○	○	○	○				○	○		
楽楽 東京	JTBパブリッシング	2017	坂道・寺町の谷根千 谷中・根津・千駄木	○	○		○	○	○	○				○	○		
合計（誌）				16	12	8	8	8	8	6	6	5	4	4	3	12	2

出所：各旅行ガイドブック（表 2）をもとに著者作成

講演会、路上観察会、環境調査など多くの地域活動を行い、住民運動にも協力している⁽¹⁷⁾。住民運動は、主なもので、上野の奏楽堂のパイプオルガンの保存や、赤レンガ建築の東京駅の保存、不忍池の地下駐車場建設問題などだが、ほとんどが単独で起こした運動ではなく、協力を求められたり、相談を受けたり、困っている人に出会ったりといった外部からの働きに対し、谷根千工房としてできることは何かを考え、行動に移してきたものである。岡村圭子氏は、『谷根千』においては、住民が一丸となった強烈的な反対運動を先導するのではなく、あくまで『記述』というスタイルをとる」と分析する⁽²¹⁾。

地域の様々な人との活動が、雑誌の特集記事に発展することもあり、また取材活動から地域活動に発展することもあった。そして、それらの活動を通じて、多くのキーパーソンや協力者、支援者に出会うことができた。谷根千工房のメンバーらが、雑誌刊行だけでなく、雑誌刊行と地域活動の両方に注力していたからこそ、「谷根千」ムーブメントは拡がりを見せたと考えられる。

4. 注目すべき論点

『谷根千』が地域ブランド「谷根千」となる過程において、いくつか注目すべき点がある。

4.1. 周囲の理解と協力

発刊当初は、地域の人たちに宗教活動や政治的活動ではないかと疑われ信用してもらえなかったが、子連れで自転車に『谷根千』を積み、販売店へ配達、集金、取材に駆け回る谷根千工房の三人の姿を見るうちに、地域の人たちが徐々に理解を示してくれ、「『この人たちは本当にこの街が好きでやっているだけなんだ』ということ、わかっていただいた」と、創刊から10年経った1993年に森まゆみ氏が振り返っている⁽⁴⁰⁾。

『谷根千』の販売に特に協力的であった店では、レジの側に『谷根千』が置かれ、客が会計を待つ間に買える工夫がなされていた⁽⁴¹⁾。

4.2. プライバシーの保護と情報発信のバランス

25年続いた地域雑誌「谷中・根津・千駄木」の終刊の理由に、販売部数の減少だけでなく、2003

年に成立し2005年に施行された個人情報保護法がある。人の生き死にに注目し、「記憶を記録する」活動を雑誌発行の軸としてきただけに、「個人情報」の保護に敏感になった町の人たちから「話を聞くのが難しくなり、話が面白くなかったり大事なところの削除を求められたり」するようになったという変化は、編集者たちに終刊を決意させるきっかけとなった⁽⁴²⁾。

4.3. 自治体の関わり方

谷根千工房のメンバーが、一般に開かれたお寺での祭りのポスターの掲示を区境付近の公共施設に頼んだところ、行政区が異なるという理由で断られた⁽⁴³⁾ように、『谷根千』が対象とする地域が複数の行政区をまたぐものであったことは、行政区域内で公共サービスを行う自治体を困惑させた。

しかし、区役所同士が協力して、区境に捉われずに住民の活動を支援できる方法はある、好例として、1989年から1999年にかけて台東区と文京区が地域住民らと協力して開催した「文京・台東下町まつり」が挙げられる。

同祭りは両区による開催の終了後、それぞれの区の地元住民らが主体となり、「根津・千駄木下町まつり」(文京区)、「谷中まつり」(台東区)として開催されるようになった⁽⁴⁴⁾⁽⁴⁵⁾。

「根津・千駄木下町まつり」の実行委員会と2008年頃から10年間連携し、ゼミ生らとともに祭りに参加し調査研究を実施した東洋大学の東海林克彦教授は、商店街や町会主催の祭りとは違い、行政が主体となって始まり実行委員会形式で様々な人が関わるようになった「下町まつり」は、新旧住民の参加と交流を促す効果があるため、公共性が高いと評価する⁽⁴⁶⁾。一方で、行政は派手なことを実施したがる傾向があるが、やはり地元住民あってこそその地域であり観光であるため、地図製作や雑誌発行のような住民による地道な活動も大事にする必要があると話す⁽⁴⁶⁾。

5. ムーブメントの起こし方への示唆

ローカルメディアを発端として、特定エリアの地域ブランドが確立されるようなムーブメントを起こ

す方策として、その地域の一員が、多様な地域活動とともに、読者が共感できる内容を発信することが考えられる。これは、福岡市と同様に、住民が地域に観光名所がないという認識を持っている都市においてもヒントとなり得るだろう。

5.1. 地域の一員として参画

まちづくりグループ「谷中学校」の創設メンバーの一人である手嶋尚人氏は、「町が元気であるためには、暮らしている人が自分の町にまず関心があることが大切である」と指摘し、『谷根千』によって発掘された町の魅力が人の目に触れたことで住民の町への関心が高まったと振り返る⁽⁴⁷⁾。

他都市においても、特定地域の物語や記憶は、他の地域との差別化の要因となる地域固有の魅力を作るが、それらを丁寧に掘り出すには地域密着が重要となり、その地域の一員であることが役に立つ。たとえその地域に住んでいなかったとしても、地域での活動度合いや、地域住民や事業者との関わりやの深さが影響するため、特定地域に活動拠点を設け、地域コミュニティに入っていくことで実現できる。

5.2. 多様な地域活動の実施

また、ムーブメントを起こすには、ローカルメディアの製作活動だけでは大きな影響を及ぼすことは難しい。

3.4で言及したように、谷根千工房による雑誌刊行以外の活動の豊富さと幅広さは著しい。編集者ら三人の地域に根ざした様々な活動は、地域内外での広いネットワークの構築と深い交流を促し、また、森まゆみ氏の作家としての活動は、『谷根千』のメディア露出の機会を増やした。

他都市においても、例えばローカルメディア製作を軸に、地域での多岐にわたる活動やイベントを仕掛けていく必要がある。活動を通じて、キーパーソンに出会ったり、ムーブメントへの影響が増幅されたりする可能性がある。

5.3. 共感できる内容の発信

そして、ローカルメディアが発信する内容への共感が、読者や地域住民に地域への愛着に気づかせ、魅力を認識することに繋がる。共感を生むには、その内容が読者や住民の関心や興味と合致する必要がある。

あり、そのためにも地域の一員であることが重要になる。そして、共感が共感を呼び、その地域の魅力に惹かれる人を増やすことができる。

6. まとめ

2009年の『谷根千』終刊から10年以上経っても、「谷根千」地域では、新旧の住民や商人、住職、アーティスト、建築関係者、学生などがゆるやかに繋がりながら暮らしを楽しみ、また、そのような町に新たな担い手が引き寄せられるという、活きのいい町としての好循環がある。

『谷根千』から、人々が歴史あるものに価値があることに気付くきっかけを作ることの重要性を学んだが、その価値の認知が浸透した今は、他の事例も考察の余地がある。

謝辞

本調査を進めるにあたり、谷根千工房 代表 川原温様、同 仰木ひろみ様、同 森まゆみ様、同 山崎範子様、九州大学名誉教授 藤原恵洋先生、藤原馨様、谷中銀座商店街振興組合 理事長 福島様、(株)HAGI STUDIO「まちまち眼鏡店」店長 坪井様、東洋大学教授 東海林先生、文京区アカデミー推進課、台東区観光課の皆様インタビューにご協力いただいた。この場を借りて深くお礼申し上げたい。また、友人 Rika との縁で藤原先生にいただいた谷根千工房の皆様と東京大学大学院 高口葵様とご縁と心温まる交流の機会に心より感謝申し上げたい。入手困難な過去の情報の検索に共に一喜一憂してくれた、弊所 松熊常務理事、同 都市政策資料室 本田司書にも深謝申し上げます。最後に、『谷根千』を知るきっかけとなった冷店御プロジェクトチームの仲間に心より感謝する。

注釈

1) 2008年1月以降の東京の各テレビ局（フジテレビを除く）、2015年1月以降の大阪、名古屋の各テレビ局、東京のフジテレビで放送された番組内容（放送日、番組名、サマリーなど）が対象とされている。

- 2) 「『地域雑誌 谷中・根津・千駄木』其の九」(昭和61(1986)年9月20日発行) p.35、読者からのお便りへの返信に編集者が「谷根千に境界線はありません。」と記している。
- 3) 1986年男女雇用機会均等法施行により女性の社会進出が進み、雑誌「Hanako」から流行情報を得て街に繰り出す女性が多くみられたことから生まれた言葉。

参考文献

- (1) 福岡市中堅職員研修第1班. ふくおか みどころ 再発見. 1987.
- (2) 福岡市. 福岡市の観光・MICE 2021年版(福岡市観光統計). 2021.
- (3) 森まゆみ. 「谷根千」の冒険. 筑摩書房; 2002.
- (4) 森まゆみ. 30年後の「谷根千」其の一. In: scripta winter 2017. 紀伊國屋書店; 2017. p. 6-11.
- (5) 森まゆみ. タテ場とヒラ場の権力. In: 路地の匂い 町の音. 旬報社; 1998. p. 101-6.
- (6) イースト株式会社. イースト、読書の秋に、春陽堂『明治大正文学全集』、『地域雑誌: 谷中・根津・千駄木』、南雲堂『不死鳥選書』など、280点を電子復刻 [Internet]. 2022 [cited 2022 Oct 5]. Available from: <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000010.000046987.html>
- (7) 森まゆみ. 貧楽暮らし. 集英社; 2010.
- (8) 編集室トライアングル. 地域雑誌 谷中・根津・千駄木 其の一. 編集室トライアングル; 1984.
- (9) 朝日新聞. ジョルダン・サンドさん 下町ミニコミ英語版(人きのうきょう). 朝日新聞. 1987 Oct 26;2.
- (10) 東京読売新聞. [消える街並み] (7) 路地の魅力 捨てがたい便利さ(連載). 1987 Nov 27;22.
- (11) 仰木ひろみ. Interview. 2022 Sep.
- (12) 谷根千工房. ベスト・オブ・谷根千 町のアーカイブス. 谷根千工房, 河上進, editors. 亜紀書房; 2009.
- (13) 山崎範子. 谷根千工房の代表交代のお知らせ [Internet]. 谷根千工房. 2021 [cited 2022 Sep 20]. Available from: http://www.yanesen.net/kantou_archives/2021_sep.html
- (14) 田中直毅. 地域自体をメディア化する「谷根千」: 消費の渦の外側からの街づくり論. 毎日新聞社『週刊エコノミスト』. 1985 Oct;46-50.
- (15) 東京読売新聞. GWは谷中・根津・千駄木で! 市民団体が文化の集い 30日から映画祭など. 東京読売新聞. 1989 Apr 23;27.
- (16) NTT全国タウン誌フェスティバル事務局. 全国タウン誌ガイド 1985年版. 日本電信電話株式会社電話帳事業部; 1985.
- (17) 谷根千工房. 地域雑誌『谷中・根津・千駄木』年表(1984~2006). In: 河上進, editor. ベスト・オブ・谷根千 町のアーカイブス. 亜紀書房; 2009. p. 303-11.
- (18) 渡辺元. トヨタ財団レポート No. 48. トヨタ財団. 1989 Apr.
- (19) 椎原晶子. コレクティブタウンへの道のり: 谷根千のまちの20年から. 住総研『すまいろん』. 2008;86:6-13.
- (20) サントリー文化財団. 谷根千工房 地域雑誌の刊行を中心に、地域の歴史と文化を掘り起こすコミュニティ活動 [Internet]. 1999 [cited 2022 Sep 19]. Available from: https://www.suntory.co.jp/sfnd/prize_cca/detail/1992kt2.html
- (21) 岡村圭子. ローカル・メディアと都市文化: 『地域雑誌 谷中・根津・千駄木』から考える. ミネルヴァ書房; 2011.
- (22) 京成電鉄株式会社. ニュースリリース「『京成スカイライナー』ご利用“4000万人”を達成しました!」. 京成電鉄株式会社. 2022 Oct 28;
- (23) 京成電鉄株式会社. スカイライナー終日20分間隔で運行中! [Internet]. 2022 [cited 2022 Oct 28]. Available from: <https://www.keisei.co.jp/keisei/tetudou/skyliner/jp/index.php>
- (24) 谷中銀座商店街振興組合理事長福島正行. 谷中銀座商店街: 谷中銀座商店街のブランディング戦略~これまでの歩みとこれからの課題~. 2019.
- (25) 森まゆみ, 荒木経惟. 夕焼けだんだん. In: 人町.

- 旬報社；1999. p. 174-7.
- (26) 日経流通新聞．情報誌——下町の風情横文字に乗せ（消費者情報）．日経流通新聞．1987 Nov 3;19.
- (27) 西田真二郎．菊見煎餅総本店（東京・千駄木）——真四角、四種だけ（この店はやっています）．日経流通新聞．1989 Jan 21;7.
- (28) Street Watching- 東京 谷根千 - 蔵、長屋、職人の世界…本物の古さが若者を魅了．日経トレンドィ．2003 Aug;296.
- (29) 日本経済新聞．路地人気、防災の壁にもモクミツは甦るか（3）．日本経済新聞 電子版．2011 Nov 17;
- (30) 森まゆみ．地域雑誌「谷根千」から「新国立競技場」まで．In: 八巻和彦, editor. 日本のジャーナリズムはどう生きているか．成文堂；2016. p. 153-68.
- (31) 森まゆみ, 陣内秀信．対談: エリアブックレット（地域雑誌）がつなぐもの: 『谷根千』が見てきた町．第一生命財団機関誌『City&Life』No 132. 2021 Aug;
- (32) 日本経済新聞．熱い思いを発信、雑誌にも都市論ブーム——証言集め「町」浮彫り（アーバンNOW）．日本経済新聞．1989 Aug 28;11（夕刊）．
- (33) 森まゆみ,（聞き手: 編集委員 矢作弘）．路地裏にほお寄せて(1) 地域誌編集人森まゆみ氏(人間発見)．日本経済新聞．1996 Nov 5;5（夕刊）．
- (34) ジョルダン・サンド；訳: 池田真歩．東京ヴァナキュラー: モニュメントなき都市の歴史と記憶．新曜社；2021.
- (35) 山崎範子．Interview. 2022 Sep.
- (36) 原沢政恵．タウン誌で町を再発見(東京都 谷中・根津・千駄木)．毎日新聞社『週刊エコノミスト』．1993 Sep;72-4.
- (37) 森まゆみ, 陣内秀信．現代都市の「里という居住地」とは: みんなが共有感を持つまちを持続させる谷根千の人づきあい．機関誌『水の文化』．2003 Oct; (15) :19-25.
- (38) 五十嵐泰正．上野新論: 変わりゆく街、受け継がれる気質．せりか書房；2019.
- (39) 西原珉．アートに寛容な街、谷中・根津・千駄木．In: 江戸のある町 上野・谷根千研究会『新編・谷根千路地事典』．住まいの図書館出版局；1995. p. Appendix 2-13（葉）．
- (40) 森まゆみ．まちの個性を見つけ出す眼と心: 内在するポテンシャル．In: 地域資源の発見と創造と活用と——内発型活性化の実践: 開発戦略と行政のリエンジニアリング．地域科学研究会；1994. p. 135-42.
- (41) 森まゆみ．配達は社会勉強．In: 路地の匂い 町の音．旬報社；1998. p. 48-9.
- (42) Takako-Oikawa. 「ママ友」が始めて四半世紀。「谷根千」という地域雑誌がまちにもたらしたものは [Internet]. JIBUN マガジン 文京区. 2021 [cited 2022 Jun 3]. Available from: <https://jibunmedia.publishers.fm/article/24696/>
- (43) 森まゆみ．小さな雑誌で町づくり: 「谷根千」の冒険．晶文社；1991.
- (44) 住民が手作り「下町まつり」きょうから根津・千駄木地区で / 東京．朝日新聞．1999 Oct 23;27.
- (45) 台東区議会．台東区議会 平成 26 年 9 月文化・観光特別委員会会議録．2014.
- (46) 東洋大学 教授 副学長 東海林克彦．Interview. 2022 Sep.
- (47) 手嶋尚人．つながりのある町．In: 矢作弘, 小泉秀樹, editors. 成長主義を超えて: 大都市はいま．日本経済評論社；2005. p. 157-71.