

都市観光地としての池袋

安島博幸

池袋は観光地だろうか？ われわれはアートを見たリ、美食を
楽しむためにパリやニューヨークに旅行する。それは都市観光で
あり、その中味は文化体験が中心である。他県から東京へは、ス
カイツリー、皇居、浅草など観光名所を訪れるばかりでなく、ア
ート、音楽、映画、買い物、飲食のためにたくさんの観光客が訪れ
ている。東京は日本一の観光地と言っても過言ではない。さて池
袋は観光地として自らをどう位置付けたら良いのだろうか。

■はじめに

私の専門は観光地を計画するということで、全国各地の観光地
計画に関わっていますし、その方法を研究するのが、私のライフ
ワークでもあります。現在、軽井沢、三重県鳥羽市、浅草、金沢
などで観光地と関わっていますが、一昨年頃から、豊島区——と
くに中心である池袋について、観光地としてあるべきか、池袋を

魅力的な町にするにはどうしたらいいのか、考えてきました。今
年から始まった「池袋学」の一つのテーマとして、この問題を一
緒に考えていきたいと思っています。

■「池袋」の位置づけ

まずは、東京のガイドブックを見てみたいと思います。ひとつ
は『るるぶ』、もうひとつが『まっぷる』です。表紙をよく見る
と『るるぶ』には東京駅、丸の内、原宿、表参道、お台場、上野、
秋葉原とありますが、どこにも池袋がありません。乗降客数が新
宿駅に次いで二番目に多い池袋ですが、ガイドブックには載って
いないんです。一方で『まっぷる』を見ても、原宿、東京駅、浅
草、銀座、渋谷……どうも池袋は最近、こういった特集に出てこ
ない。このようなガイドブックの表紙に載るような場所にしてい
きたいということが、一つの目標でもあります。

少し前に、日経新聞の人たちと一緒に日本全体の都市観光地ラ

ンキングという調査をしました。池袋は八十五位です。いわゆる都市観光地と認められるようなところから百二十九カ所を選んでみます。全国の県庁所在地は敬意を表して全部入れました。東京は浅草、銀座、六本木など人の集まる場所が多くあるので、徒歩圏で回れる範囲は一つの観光地として扱っています。

一位は京都、二位に札幌、神戸が入っています。以下、鎌倉、横浜中華街・元町、金沢・高山・那覇といったところが上位ですね。それに対して池袋は八十五位。吉祥寺、巣鴨と同じ順位になっています。最下位の百二十九位は三重県の津です。観光地として思い出すものがないということですね。千葉市やさいたま市は百二十三位、あまり奮いません。

人気があるのは、京都、奈良、鎌倉のような、歴史的な蓄積がある場所ですね。横浜、神戸、長崎、函館、小樽などの港町、六本木、お台場、代官山、秋葉原などの現代的な都市も入っていました。都市観光ですから、東京が中心というわけではありませんが、東京から遠いところは地域の個性が出ていると思います。札幌、福岡、長野などは高い評価を得ました。

それに対して、おもしろい現象だと思っているのは『HANA KO』という雑誌の特集です。銀座をとりあげると部数が伸びるそうで、たくさん銀座特集があります。銀座は、先ほどのランキングでは十位でした。日本の中でも代表的な都市観光地ということですから、売れて当然だと思えますが、もう一カ所、特集を組むと銀座と同じくらい雑誌が売れる場所があります。それは吉祥寺です。ただし売れ方は全然違って、銀座は広い範囲で遠くの人を買いますが、吉祥寺の場合は、吉祥寺に住んでいる人、周辺

の西武新宿線や京王線、中央線沿線など吉祥寺までバスで行けるような人が買います。吉祥寺のあたりに住んでいる人は吉祥寺が大好きということですね。

銀座は少し豪華な買い物をしたり、奮発しておいしいものを食べたり、ちよつとお金がかかりそうな感じで、吉祥寺はそれに比べると日常的です。しかし、ここに行けるお店はオーガニック料理を出すレストランなど時代の先端を行くため、そういうものが味わえるところに、吉祥寺の特色があるのかもしれない。

思いだしていたきたいのは、銀座が十位で、吉祥寺は池袋と同じ八十五位だったということです。遠くから人が来る都市と地元客が多い都市。二つのタイプを代表する都市観光地と言えるでしょう。いわゆるランキングなどを用いて評価をすると銀座が上位になります。両方とも人がたくさん集まっている。池袋は一体どちらをめざせばよいのでしょうか。私は両方めざすべきだと思います。

■住みたい街としての池袋／消滅可能性都市としての豊島区

今年の「住みたい街」ランキングで池袋が三位に入り、話題になりました。昨年の十三位から十位もランクを上げています。こうした現象はあまり起こらないのですが、やはり副都心線が東横線と直通した影響が大きいのではないかと思います。非常に便利な街になったと解説にも書かれていました。

このランキングは、リクルートの『SUUMO』という住宅情報誌に住宅の問い合わせがあった件数だそうです。交通の便とともに、住みやすい、家賃が安いなど、色々な点で便利だというこ

とで、昨年の十三位から大幅にアップしたわけです。男女別ではそれぞれ男性が三位、女性が七位、総合三位でした。

吉祥寺や恵比寿、中目黒、自由が丘といった場所は常連です。高円寺なども高い順位にきていますね。中央線、田園都市線、東横線などが優勢で、私が住んでいる東武東上線の駅はほとんど出てこないのが残念です(笑)。ただ、これは二十〜四十代による結果です。五十〜六十代になると池袋は外れて、吉祥寺、恵比寿、鎌倉、自由が丘、表参道、たまプラーザ、横浜、荻窪といったところが出てきます。年齢、所得、家族構成など様々な要因で変わりますが、若い人に「住みたい」と思われる街として三位になったことは誇ってよいのではないのでしょうか。

ところが、全国で八九六の自治体が二〇四〇年には消滅するという「消滅可能都市」の中に、豊島区が東京二十三区の中で唯一入ってしまいました。住みたいという若い人がいて人気の街なのに、なぜ消滅するのかよくわからないのですが、若い女性が減少し、出生数が減っていることが算定の根拠のようです。これは衝撃が走りました。こういうことについても、きちんと考えて町づくりをしていかなければならないと思います。

■まちづくりの方向性

観光立国推進基本計画の中で「観光まちづくり」ということが言われています。観光地をつくることとまちづくりは非常に似ています。観光立国推進基本法の中にも「観光は、住んでよし、訪れてよしの国づくり」という言葉が掲げられています。自分が住んでいる街はすばらしいので、ぜひ我が街に来てください、と言

いたい街をつくってほしい。まちづくりと観光は非常に近いと言えるわけです。

「観光まちづくり」には二つの側面があると思っています。一つは環境的な快適さを大切にする。これは〈体〉で感じる。と——つまり〈住みやすい街〉ですね。吉祥寺のような街だと思います。もうひとつは、歴史や文化を大切にする街です。地域の個性を大事にする。これは〈心〉で感じることでですね。〈訪れたい街〉や〈行ってみたい街〉につながると思います。こちらは銀座のような街でしょう。厳密に分けるのは難しいですが、そうした二つの側面があると思っています。両方ある街が理想ですね。新しくつくったニュータウンのようなもので、建物はピカピカで道は広く並木や歩道もあって安全でも、歴史を感じるところがないと少し寂しい。やはり「この街はどういう歴史を辿ってきたのか」というものがあって、街に誇りを持っている人がいないと、いい街とは言えないのではないのでしょうか。健全な体には健全な精神が宿ると言いますね。それにも似ていると思います。みなさんは「なんだ、そんなことか」と思われるかもしれませんが、これにはもつと深い意味がありますので、また後ほどお話ししたいと思います。

■池袋の歴史と「武蔵野」の風景

では、池袋にはどんな歴史があるのか、簡単にたどっていきましょう。江戸時代、護国寺付近まで市街化しています。幕末まで池袋は畑と林ばかり、武蔵野の雑木林でした。目白に停車場がありました。池袋駅が開業するのは明治三十六年(一九〇三)で

す。その後、大正七年（一九一八）に立教大学が築地から移転し、大正十年（一九二二）にはフランク・ロイド・ライトが設計した自由学園明日館ができました。それもあって、池袋は学園都市のよ様な様相を呈していきます。次に紹介するのは、立教大学が移転してきた時に、今はタッカーホールという建物に名前を残している立教大学の設立者、タッカー主教がアメリカにいる家族に書き送ったものです。

幸いにも新たに手に入れた大学の用地で敷時間を過ごしました。「中略」……は、一面の麦畑で「中略」遙か彼方に雪に覆われた富士山や甲州の山々が素晴らしい一幅の絵のように見えました。ここは賑やかな築地とは全く対照的で、私は一刻も早くここに移りたいと思いました。

当時、池袋のあたりは非常に「武蔵野」のイメージが強かったのです。立教大学校歌の一番に「芙蓉の高嶺を雲井に望み／紫匂える武蔵野原に」と出てきます。立教大学が移ってきた池袋という地は、まさに武蔵野の雑木林でした。明治三十一年（一九一八）に、国木田独歩が『武蔵野』を発表すると、知識人が誰しも武蔵野の話をしたと言われているほど大変なブームが起きました。それまでの日本人の自然観は「花鳥風月」のような様式化されたものでしたが、独歩はツルゲーネフの影響を受け、自然をありのままに見る、西洋的な新しい風景の見方に目覚めたのです。昔は薪をとったり、落ち葉を肥料にするために雑木林は使われていましたが、どこにでもあるそんな雑木林が、急にいい風景に見えだ

したんですね。つまり、築地のごみごみした場所から脱出した立教大学がやってきた池袋という場所は、当時そんなイメージだったというわけです。

『武蔵野』の中で、国木田独歩は武蔵野の範囲をどう定義しているのか。まず雑司ヶ谷から練を引いてみると、板橋の中山道の西側を通って川越近郊まで達し、入間郡を進んで、総武線の立川駅、所沢、田無などが入ります。八王子は武蔵野には入れないと書いてありますね。それから丸子、下目黒、布田、登戸、二子、今は高級住宅地になっている渋谷の松濤などを結んだ線になります（左図）。明治三十年頃です。

国木田独歩が考えた武蔵野の範囲



武蔵野において大切なことは、雑木林があることと、富士山が見えることでした。富士山は大事な条件で、タッカー主教が書いたものにも富士山が遙か遠く見えたとありましたし、立教大学の校歌にも、富士山が見えて、武蔵野大地の上の雑木林と畑が広がっているとある。ですから、護国寺のあたりまでは市街化していますが、雑司ヶ谷のあたりから畑でしたが、まさに大正の池袋は、都市としてではなく、武蔵野の風景が残る場所として発展してきたことがわかるか

と思います。

十九世紀のフランスでは、郊外のバルビゾン村やその周辺に住んでいた画家たちが、バルビゾン派と呼ばれていました。明治維新で開国し、日本の画家たちが海外へ勉強に行った時はバルビゾン派の全盛期で、画家たちはバルビゾン派の影響を受けていました。独歩におけるツルゲーネフの影響や近代美術の世界など、もの見方が変わった時代でした。

大正になると、画家たちが長崎のアトリエ村に住んで、いわゆる「池袋モンパルナス」が形成されて、文化的な色がついてきます。武蔵野の中で画家や文学者が住宅を求めたり、大学が静かな環境を求めたり、中央線の沿線とよく似ています。荻窪のあたりは明治の終わり頃に産業が発達して都市の空気が汚れ、郊外に移ろうという動きが出てきました。池袋は山手線の沿線ですが、中央線の阿佐ヶ谷や荻窪などと同じような位置付けだったのではないかと思います。

私は現在、埼玉県の川越に住んでいますが、小学生の時まで池袋から電車で三つ目の大山に住んでいて、バスに乗って池袋にきました。池袋の西口にまだヤミ市みたいなものがあって、子ども心に冒険気分で覗いたことがあります。蛇屋など、怖い店が色々ありました。当時は東武デパートと丸物というデパートがありました。今はパルコになってしまいました。東上線のターミナル駅、西武線のターミナル駅としてデパートがある街に発展してきましたが、その後、歴史に残るようなものがあまり見当たらないです。

西池袋から少し要町のほうへ行ったあたりに、池袋三業地跡が

あります。昔は置屋や待合があつて栄えたようですが、今は面影があるだけで、あまり栄えていませんが、ここにはひとつの重要な歴史的なものが残っています。

■観光地の価値・評価

観光地の価値は、そこに行きたい人がどれくらいいるのか、ということ場で場所の価値が決まると考えています。人間は世界をどのように理解しているか、ということですよ。安全や健康、快適、環境といった（身体的なもの）と、頭で理解をする（精神的なもの）の二つの方法で、我々は世界を理解しているという哲学があります。少し難しいのですが、それらに加えて（言分け）と（身分け）があります。

〈言分け〉は言語的なイメージ、つまり言葉です。絵画や写真、建築、音楽、彫刻、あるいは身振り手振りなど、言葉ではなくても、何らかの文法があつて、それによつてメッセージを伝えるものです。また（身分け）は、人間と動物が共有する感覚です。触覚、味覚、嗅覚、そういうものですね。

まず、観光地の中でも身体的なイメージによつて成り立っている観光地を考えてみましょう。たとえば軽井沢。軽井沢の観光資源とは何か。何のために軽井沢へ行くのか。聖公会のアレクサンダー・クロフト・ショーという宣教師が軽井沢に初めて別荘をつくつて、それから軽井沢が発展したのですが、基本になったのが「夏涼しい」ということです。これは動物と共有するような感覚です。あるいは温泉もそうです。よく温泉に猿や熊が入っている写真や映像を見ますが、動物もきつと気持ちいいだろうと思います。



すよね。お風呂は「今日入ったから、ひと月くらいいいや」というわけにいきませんし、夏は「昨日涼しかったから今日暑くてもいいや」とはいかない。つまり（身体的な価値はリピートする）ということですよ。

精神的な価値には、たとえば歴史的な観光地があります。四百年前の関ヶ原の戦いの古戦場など、山の上から見ると西軍と東軍がここで戦って……といった解説もあるし、歴史を知っていれば知っているほどおもしろい。知らない人にとっては、それほどおもしろくないかもしれません。こうしたことは動物にはわからない、理解できないことです。もうひとつは（一回限り）ということですよ。関ヶ原の古戦場に何回も行く人はいません。人間が理解することは一回限り、リピートしません。誰かを連れて行くことはありますが、少なくとも行ったことによる効用はどんどん落ちていきます。二年前に東京スカイツリーができましたが、何回もリピートしている人はほとんどいないと思います。これはまちづくりにとって非常に大きな違いです。

銀座と吉祥寺の違いとは、こういう部分が大いのではないかと思っています。実際には、料理や温泉やホテルなど、たとえば「これはミシュラン三つ星のレストランの料理だ」と言っても動物にはわかりません。精神的な価値、つまり人間しか理解できない、頭で

理解した部分のことです。それから地産地消。全部地元でれたものでつくった料理ですというと、人間はありがたいと思います。動物はあまり関係ありません。動物と共有する部分と、人間だけがわかる部分、この両方から価値は成り立っていくと思います。

また学術的な言葉が出てきますが、社会学者のボードリヤールは、この消費社会において欲望の対象になるものは、ものではなく（記号）だと言っています。ものは記号になって初めて消費される。要はこういうことです。

ここにロレックスの時計があつたとします。ロレックスの時計は確実に五十万円以上しますね。ロレックスの時計は機械式のため、一日に五秒から十秒ほど狂ってしまいます。私の時計はその十分の一ほどの値段ですが、ソーラー電波時計なので一年で一秒も狂いません。時計屋で安いものを探せば五千円くらいの電波時計もあります。実用的な価値からすると、ロレックスの時計なんて話になりません。仮に五十万円に対して五千円だとすれば、ものとしての実用的価値は1%でしかない。つまり、ここで言っているのは、ものは記号になっていくということです。

一秒も狂わない時計に対して、一日に十秒狂う時計であってもそれには何らかのステータスなどがあり、持っていることによる実用的価値以外の価値がある、それが記号です。そうやって初めて、五十万円出して買う意味が生まれるのです。つまりこれは身体化された価値ではなく、記号的な価値です。実用的な価値ではない、まさに記号そのものです。

観光なんか行かなくても死にはしません。ですから、観光に行

くということ、何らかの意味を求めているわけです。つまり観光地の価値とは、ほとんど記号の部分が多いのではないかと思えます。場所によっては、温泉や食べ物など身体的なものもありますが、ほとんどが記号であるということですね。

■差異化された価値

また、フランスの社会学者のブルデューという人が言った「ディスタンクシオン」という概念があります。差異化とは、ある商品消費することによって相手より優位な立場に立つということ。つまり、観光地に行きたいのは「日本」や「世界」といったことに価値があるからです。東京スカイツリーは「自立式鉄塔で世界一」と言われます。だから価値が高い。あるいは流行中のものや話題になってきているものは、今現在は価値があり、流行が終われば価値がなくなります。

自分だけしか知らない、あるいは体力やお金のある人など選ばれた人しか行けない場所、そういう価値もあります。ここにしかないという地域の個性もあります。明らかに色々なものの中で価値があるのは（オンラインワン）ではなく（ナンバーワン）です。もちろんオンラインワンでいいと思うものは、そこにしかありませんが、競争した時に強いのはナンバーワンです。消費を通じて他者より優位な位置に立つ。これが差異化という概念です。

身近な例として、東京ディズニーランドの最新のアトラクションを挙げましょう。多くの人が東京ディズニーランドに行ったことがあります。しかし、最近できたアトラクションやパレードやショーをいち早く見ると、他の人より優位な立場に立ちます。ディ

ズニーランドに行ったことがない人は、一度行って他の人と同じレベルになりたいと思います。同じレベルになったら、いち早く何か新しいものに乗って、ここから抜け出したいと思うわけですね。同質化したいということと、そこから抜け出したいということ。一見違うように見えますが、これらは同じベクトルの上で起きていることだと思います。

観光の場合、私の両親の時代は、新婚旅行といえば熱海や、伊豆あたりでしょうか。その後、京都になって、さらに皇族の方が行かれたため宮崎が新婚旅行のメッカになりました。沖縄が返還されたら沖縄に行くようになりました。沖縄に皆が行くようになると、今度はグアムやサイパン、ハワイに行く人が出てきて、オーストラリア、西海岸、東海岸、ヨーロッパと変化していきました。少しでも遠くに行きたい。これが差異化の欲望です。このことは自覚されていません。

理解していただきたいのは、こういう欲望を持っていても、無意識が他の人より遠くへ行けと指示しているということです。実際に遠くへ行くと「あそこはどうだった？」と色々聞いてもらえます。こういうものは一旦消費されてしまうと、流行ではなくなってしまう。消費されるともう二度と戻ってくることはありません。一旦消費されたものは同じベクトルの上ではもう戻ってこないのです。

たとえば、ディズニーランドがなぜ人気なのかというと、毎年三百億円の再投資をして、新しい乗り物、パレード、ショーを創り出しているからです。今年、これからの五年間は平均四百億円の投資をずっと言っていますね。毎年、ちよつとした新しいデー

マパークができてしまうくらいの投資をするのです。そのことによつて、新しくできたものを早く体験してみたいという欲望が生まれます。これがないと、一回行ったらおしまい、どうせ行くなから違うところに行きたいとなつてしまいますね。

東京タワーの入場者数は、できた時は五百五十万人程で、だんだん減つていき、二百八十万くらいになりました。しかし東京タワーは優等生です。東京スカイツリーは東京タワーのようになりたいたいです。サンシャイン60の展望台や、横浜ランドマークタワーの展望台や都庁舎の展望台など、最初はたくさんお客が来ていましたが、どんどん減つてくるのです。つまり、一回見たらおしまいだからです。こういった施設を経営するのは非常に難しいのです。

もう一度繰り返しますが、この差異化願望は意識されていないのです。自分では何か欲しいと思うだけですが、中で起きていることは冷静に見ると、消費を通じて他者よりも優位な立場に立つということ、これは観光の話だけではなく、すべてのことに起きています。

■消費される観光地

これまでの話の整理をしますと、身体的な価値、温泉や空気が良い、涼しい、食べ物などの身体で感じることは価値が減らないのです。一度この欲望が満足されても、しばらくすると身体の中からわき起こつて、また食べたくなつたり温泉に入りたくなつたり長続きします。

それに対して、展望台のような施設や、関ヶ原の古戦場や、美

術館や博物館などの箱物の場合は違います。美術館などは、常設展の他に企画展を催し、運営していくわけです。これをやらないと、いくら立派な建物を造つても、客の減り方のカーブは同じなので、あつという間に経営ベースに乗らなくなり、倒産してしまいます。

先ほどの「観光地の価値」とは（そこに行きたい人がどれだけいるのか）ということでした。しかし、旅行会社や観光協会などの主な仕事は、人びとを観光地に連れて行くことです。連れて行くかどうかというと、価値は減りますね。つまり、経済的な価値を地域、旅行会社、交通機関に落とします。皆が見たいという欲望を満たしている、その代わり、そこにある価値——見方を変えれば、その資源の価値が消費されているということです。だから、広告やテレビCMといった宣伝活動を行い、お客を連れて来れば来るほど、一時的に人は集まりますが、その後ぱったり来なくなつてしまう。それはなぜかというと、価値が生産されていないからです。

大事なことは、池袋は他の地域に比べて、そういう状況にあるということ、遠くからでも是非行つてみたいという価値を創出しなくてはいけません。銀座には全国から人が来ます。そういう価値をつくることですね。プロモーションの問題ではありません。これらは価値を減らすからです。もちろん、来てもらつてお金を遣つてもらふ、この両方が必要ですが、プロモーションだけをやっていくと、観光地は疲弊してしまうのです。何かその場所独自の価値をつくつていかなければいけません。

■価値の生成

価値をつくっていくために、どうすればよいのでしょうか。世界の都市観光地の中で、最も評価を得ているパリの話をしたいと思います。パリのまちづくりから学ばなければいけないことは、十六世紀のルーブル宮殿の造営から始まり、約五百年間、都市づくが行われてきているということです。

一七八九年にフランス革命が起き、フランスが大きく変わったわけですが、その百周年記念でパリ万博が開催された時に、エッフェル塔がつけられました。二十世紀末には、当時のミッテラン大統領によって、革命二百周年を記念した（パリ都市計画グラندوقプロジェクト）という大規模な都市再開発が行われました。

そうした歴史の中で、十九世紀の政治家、ジョルジュ・オスマン男爵が、様々なパリの都市改造を行いました。その一つは、いわゆる（都市軸）と言われているものです。

ルーブル博物館、エジプトのルクソール神殿から持ってきたオペリスタが置かれているコンコルド広場があって、シャンゼリゼ通りが広がっています。コンコルド広場は、マリー・アントワネットが処刑された広場です。そこから凱旋門があつて、ラ・デファンスと呼ばれる都市再開発地区があります。ここは東京でいう新宿のような地区ですね。そして、一九八九年に落成したグランダルシュ（新凱旋門）があります。これがパリの都市部です。

今から四十年近く前の一九七七年、古い街並みの中につくられたポンピドゥー・センターは、当時賛否両論でした。工事現場の足場を組んだようなデザインに反論が出たのです。しかし、やがて非常に人気が出て、若い人に受け入れられました。

古い街並みに、昔のような古いものをつくるのでは、現代を生きる我々が生きた証にはならないということです。歴史のある空間の中にも、何か新しいものを埋め込むことが重要で、このプロジェクトの成功によって都市づくりに自信がついたのだと思います。その後も、先ほど少しお話しした革命二百周年に向けて、様々な新しいものをつくっていききました。

百周年でエッフェル塔をつくり、そして二百周年では二十世紀に生きた人類の証をつくりました。その際、フランスはよく考えていますね。フランス人だけでつくっても「それは人類ではなくてフランス人でしょう」と言われてしまいますから、世界の優秀な建築家を集めてコンペをしたわけです。たとえば、一九八九年にルーブル美術館の中庭、ナポレオン広場にガラスのピラミッドを造ったのはイオ・ミン・ペイという中国系アメリカ人です。他の建築物も色々な国の人がつくっています。反対運動はあまり起きませんでした。なぜかというところ、百五十年にわたって、パリは都市軸に対して新しいものを付け加えながらまちづくりをしていくということがわかっていたからです。

■豊島区の都市づくり

そうした世界の都市づくりの事例から、豊島区をどのように考えればよいのか。私は一昨年まで、豊島区民、区役所の方々と一緒に「豊島区観光振興プラン」を考えてきました。一つは「どしまオンリーワンブランド」の創出——豊島区しかないものをつくるということ。それから、ルート開発をする、観光スポーツをつくる、イベントの開発をする、といったことを提案しまし

た。

まずは魅力を創出する。魅力とは、先ほどお話しした「価値」と同じです。世界に通用する価値をつくるということです。すぐに「世界」とはいきませんが、価値を消費するばかりではなく、価値をつくっていかなければ、池袋はいつまで経ってもガイドブックの表紙に名前が出ません。そういう意味で、魅力の創出というものが重要です。情報発信や推進体制も大事ですが、今日の私のお話は、いかに池袋が行ってみたい、価値のある街になるかということが中心なので、それを中心に、次の四つの柱を提案したいと思います。

ひとつは未来都市のデザインです。新しい都市はどうあるべきか、ということに対しての池袋の挑戦が見たい。たとえば、環境都市の創造です。何によって実現するかというと、今建設している豊島区の新庁舎です。建物はだいぶできましたから、ご覧になるとわかるのですが、建物自体に緑を取り込む設計になっていますし、屋上のあたりには桜並木ができるという話もあります。

二つめは歴史が見える都市軸です。パリの例を見たように、都市の記憶、その町の歴史や文化を、その場限りではなく蓄積することが大事です。残念ながら、明治の終わり頃まで、池袋は武蔵野でした。都市文化の蓄積が始まったのは、立教大学の移転が最初だと思います。このように、池袋はまだこれまでの文化的なものを蓄積していく、そういう段階だと思っっていますので、そういうものを大事にして、磨いていくということが大事なことのひとつだと思います。

三つめは、新しいクリエイティブシティ（創造都市）です。何か

新しいものを生み出していく、新しい価値を作っていく、例えばアニメや漫画といったところです。これについてはライバルが多いので、相当頑張らないといけないと思うのですが、さまざまな種を探すと、こういうものは大事にしていかなければならないと思います。

四つめは、アジアへの視線です。銀座や東京駅周辺には高級ホテルがありますが、アジアの人たちには厳しいですね。池袋が街全体でどんな性格を持つべきかを考えるとき、もつと庶民の街といえますか、日本の豊かな日常生活が味わえるような街、アジアの発展とともに歩む街、というものがひとつの方向になるのではないかと思っています。

■都市観光とまちづくり

東京の「ミシュランガイド」による評価をご存知でしょうか。ホテルやレストランガイドとして有名ですが、実は観光資源も評価しています。都内の公共建築で評価されているもの一つに、丹下健三の設計した東京都庁舎があります。ミシュランの三つ星です。それから、有楽町の東京国際フォーラムは千五百億円くらい建設費がかかり、お金の無駄遣いだと言われましたが、三つ星です。これもコンペをやりましたが、南米出身のラファエル・ヴィニオリという建築家の設計でした。IMFの総会や日本を代表するコンベンション、国際会議なども開催されていますし、世界に出しても恥ずかしくないと思いますね。

新しくできる新国立競技場が話題になっていますが、設計はザハ・ハディットというイラン出身の建築家です。日本を代表する

女性建築家である妹島和世さんが最後までコンペで競ったのが、ザハ・ハディットに決まりましたね。その前に、ルーブル・ランスというルーブル美術館別館を、ザハ・ハディットと妹島和世さんが最後まで競い、この時は妹島さんが勝っています。フランスでは勝ちましたが、日本では負けてしまいました。これはしかし、日本の東京の中に、世界のコンペで現代の技術を駆使した建築をつくるというコンセプトは生きています。

観光庁が入っている霞ヶ関中央合同庁舎三号館は、まったくおもしろくない建物です。皇居の隣で、国会議事堂の前。こういう大事な場所に建物をつくる時、何も考えないのでしょいか。つまり、大規模な公共施設などをつくる時にコンペなどをするといったことそのものが街をつくっていくのです。この考えがないと、いくら歴史を重ねても何も残りません。都市観光とは、そういうまちづくりの結果です。その積み重ねが将来の街をつくるのではないかと思うのです。

来年、豊島区の新庁舎が完成します。建物に緑がたくさん入っていて、これが環境都市のシンボルになるのではないかと思っています。池袋の東口に、グリーン大通りもあります。こうした緑の多いところを育てていかなければいけない。たとえば、丸の内の中に森があるってご存知ですか？ 四千平米くらいの広さの雑木林が大手町駅のすぐのところにあります。冗談だと思われるかもしれませんが、私は、池袋にもぜひ森をつくりたいと思っています。

私が夢見ているのは、明治通りが近い将来変わる事です。池袋駅前を通らなくなると、車の数を減らしても大丈夫な状態にな

ります。そこに一気に森をつくってしまうのです。そうするとグリーン大通りとつながって、高密度都市でありながら、環境都市になる。これができたら世界から見学者が絶えないのではないかと思います。

■池袋のこれから

立教大学は、池袋のけっして長いとは言えない歴史の中心にいます。歴史を蓄積していくことが、将来的に、非常に大事です。池袋モンパルナスや三業地。漫画やアニメのクリエイティブシティにおいては、秋葉原や中野がライバルですから探検に行ったのですが、なかなかマニアックでおもしろかったです。長崎にあるトキワ荘の周囲に、ゼミの学生たちが行ったのですが、やっと見つけてもなんだか小さいなと思いました。少し寂しいですよ。再建計画も構想はあるようです。池袋の乙女ロードなども結びつくわけですから、何かストーリーができると思います。

アジアと日本の豊かな日常生活とは、気取らないけれども、日常が楽しいということではないでしょうか。たとえば、浅草の文化観光センターでは、外国人が来た時に両替で困らないように、両替所をつくりました。これだけでも評価が高く、利用者の数も多く、できた途端に「ヘカゴリ3」という一番高いランクの案内所になりました。また千葉県の柏は観光地ではありませんが、たくさんの方が来ています。駅前の柏インフォメーションセンターでは、本来の観光案内もしていますが、もっと広く相談を受けていて、情報、交通、バスの交通案内、道案内、ホテル、話題のお

店など、街の案内をしている。池袋にも、もつとこういう場所があったほうがいいですね。各地で開かれているマルシェなども、西口公園あたりでやってもいいでしょう。

それから、池袋の魅力のひとつは食べ物だと思います。池袋周辺には中華料理店が非常に多いですが、とくに四川料理や東北など、昔の満州や北朝鮮との国境にある延辺州といったところの料理が多いです。向こうから働きに来た人が日常的に食べていた料理で、これまであまり日本人には馴染みがなかったような色々な料理が食べられます。

他にも、様々なアジアの国の料理があります。こういう場所は少ないのではないのでしょうか。聞いた話では、十七カ国の料理が食べられるそうです。このあたりは、一つにまとめれば発信できる価値だと思いますね。中華だけでもいいし、もつとエスニックというか、アジアの料理があることが伝われば、非常に大きな力になるはず。ハラールフードが話題になっていますから、これからイスラム圏の人が来る時に、そういう人たちをもてなすにはどうしたらいいのかを考えていくことは、重要なことだと思います。

(やすじまひろゆき 立教大学観光学部教授)