
2018
代官山春花祭
5/3^{thu.}~5/5^{sat.}

DAIKANYAMA COMMUNITY FESTIVAL

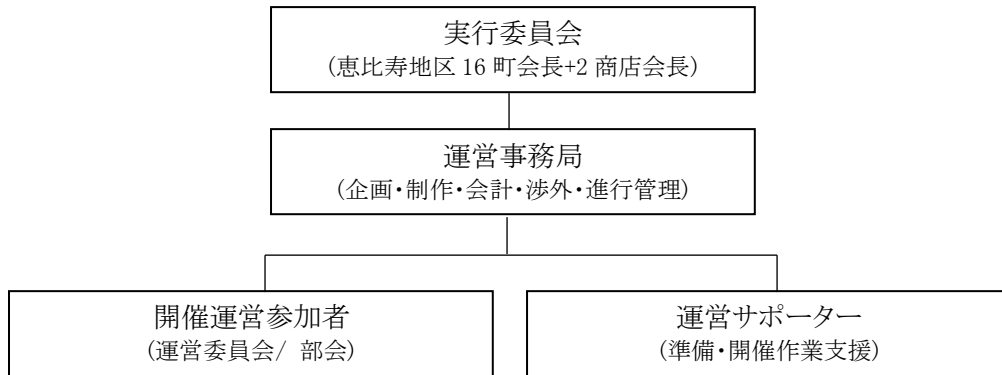
開催計画概要

開催趣旨・目的

代官山春花祭実行委員会会則 第2条

本会は、「代官山らしさ」、「都市の洗練された生活」追求を目標に、地元の居住者・勤務者・事業者、来街者等代官山に関係し、代官山に関心を持つ総ての人々が楽しみ、参加出来る企画を催し、以って、地域振興と良好なコミュニケーション形成を目的とする。

実施体制



後援: 渋谷区(予定)

目標

「代官山コミュニティへの参加機会創出」と「協働による相互理解・親和の促進」

代官山春花祭 2018 開催概要

名称: 代官山春花祭(だいかんやましゅんかさい) 2018

開催期間: 2018年5月3日(木・祝)～5日(土) 3日間

会場: 代官山アドレス コミュニティールーム、ひまわり坂歩道
ヒルサイドプラザ、ラ・フェンテ代官山、
その他近隣サテライト会場

イベント構成: 春花祭マルシェ

ライブ(音楽、その他パフォーマンス)
まちなかイベント(運営参加者自主企画)
展示&参加型イベント

主催: 代官山春花祭実行委員会

実行委員長: 伴 長谷戸町会会長

運営委員長: 石原 代官山ステキな街づくり協議会事務局長

実行委員: 恵比寿地区町会連合会町会長、
代官山商店会会長
代官山エスペランサ通り商店会長

監査役: 朝倉 朝倉不動産社長

協力: 株式会社朝倉不動産、株式会社サイバード、ラ・フェンテ代官山
有限会社デザイン・クック、楽器レンタル・ドット・コム(予定)

後援: 渋谷区(予定)

ウェブサイト: <http://www.gw-daikanyama.org/>

Facebook: <https://www.facebook.com/DaikanyamaShunkasai>

開催趣旨・目的の背景解説

代官山は、明治時代には岩倉具視や西郷隆盛の弟従道、第 5 代日本銀行総裁・大蔵大臣の山本達雄、たばこ王と呼ばれた岩谷松平、個人の精米商としては東京一と言われた朝倉家などの大邸宅が並ぶ閑静な地域でした。

関東大震災以降は、水戸徳川家が移転してきたほか、昭和に入り、当時としては最先端の集合住宅であった同潤会アパートが建設され、高級官僚や知識人が多く移り住むとともに、同時期には英国の田園都市構想をモデルとして進められた東急電鉄(田園都市株式会社)の鉄道沿線開発の効果もあり、代官山は田園調布、松涛、柿の木坂などと並ぶ「東京の山の手」イメージを形成する高級住宅地のひとつとなり、東急電鉄創始者の五島慶太も居を構えました。

1955 年には日本初の外国人向け高級賃貸住宅の東急代官山アパートメントが開業し、東京オリンピック開催以降に、小川軒が新橋から移転開業した頃から徐々に「知る人ぞ知る」と呼ばれるような店舗の開業が始まり、1960 年代末からはヒルサイドテラスの開発が 30 年間に及ぶゆったりとしたペースで進むにつれて、それまでの単なるお屋敷町ではない、住居と事業所(店舗)が混在する洗練された都市の景観が形成されてきました。

そのようなゆったりとした佇まいの中にセレブリティ(芸能人や金持ちではなく、本来の著名人という意)が暮らす「上質な環境」、「雰囲気」に共感し、「OnlyOne」を志向する起業家たちの店舗・事業所が少しずつ開業してきたことによって、渋谷、恵比寿、中目黒の間であって、それら交通拠点ではない各駅停車しか止まらない駅の街でありながらも、猥雑な繁華街には抵抗感を感じる、“高感度な”来街者を魅了し惹きつける街に成長してきました。

1990 年代には、山の手イメージの「上品さ」を背景に、「趣味性」「先進性」「オリジナリティ」など「特化すること」を重視する店舗が集積するにつれて「ファッション情報の発信拠点」としての認知が高まるとともに、個性的な路面店が路地裏に点在しているといった「迷路性」も、一般的な商業地とは異なる「独特のまちの景観= 魅力・特質」を形成し、「代官山」というひとつのブランドが確立されてきました。

2000 年 8 月に同潤会アパートの建替え再開発事業として代官山アドレスが完成すると、代官山は「住みたいまちランキング」の上位に位置づけられるなど、さらに注目度が高まり、それを背景に不動産価値の上昇や開発ポテンシャル(期待値)が上昇したことと合わせて、不動産証券化など投資促進を推進する国策発動のタイミングが一致したこと

などにより、その後急速にマンション開発、テナントビル開発が進められました。

これにより、急速に新住民の増加、新店舗の増加が起こり、21 世紀に入り「代官山に暮らす人(住民、就業者)」の構成が大きく変化したことによって、地域共同体内部のつながりが薄れてきています。

代官山が多くの人に愛され、人を惹きつける憧れのまちであるのは、これまで長い年月をかけて先人たちが育ててきた、「山の手特有の上品、上質な佇まいと、個性豊かな Only One を志向する店舗が絶妙なバランスで混在している代官山ならではのまちの風情」が存在しているからです。この「まちの価値」「ブランド力」を維持・向上させ、洗練された上質なライフスタイルを住民が享受することが出来、同時に合理性や効率性、採算性ばかりを追求する店舗には無い斬新性や独自性を発揮する店舗が持続的に立地・営業し「代官山らしさ」を発信してゆくためには、住民にも、店舗就業者にも、来街者(代官山ファン)にも、お互いを「わかり合う心」「譲り合う心」「気遣う心」「思いやる心」が必要です。そのような魅力ある地域共同体が育まれるためには、代官山に関係するすべての人々が「気軽に声を掛け合える関係」「なんでも話し合える関係」になることが重要で、そのためには「Face to face で同じ時間と場所を共有する機会」「相互理解を促進する協働の機会」に参加することが有効です。

代官山の「価値」「ブランド力」「吸引力」における持続可能性の核となる「魅力的な地域共同体=代官山を愛する人々のネットワーク」の形成手段のひとつとして「代官山春花祭」は開催されています。

代官山春花祭は、イベント開催による瞬間的な経済効果を目的とするものではなく、代官山に暮らす様々な属性を持つ個人が、協働する機会と場を共有することで良好な関係が生まれ、それによって、これまで培われてきた「代官山らしさ」という「まちの価値」を維持・向上しようとする意識・志向性を持つ人々のネットワークが形成されること。そして、それらの人々の日常的な活動における「協働」や「連携」、「情報共有」、「意見交換」などが活発化することによって「代官山のまちの価値」が持続的に高まってゆき、長期的にはゆるやかな経済効果を発揮してゆく地域社会を創造することが目標になっています。

同時にこのコミュニティ活動は、防犯や防災など「安心で安全なまちづくり」のための人的ネットワークの基盤整備に役立つことも期待されています。

『代官山オトナ TSUTAYA 計画』

(2011年 復刊ドットコム)

代官山とは、非常に優れたテロワール(気候・地勢・土地など、ワインに現れる葡萄畑の個性を指す言葉)を有する土地だ p125

土地にはそれぞれ、固有の“色”がある。あるいは空気感と言い換えてもいい。多くの場合、それはそこに暮らす人々の間から醸し出されるものだ。 p119

街はさまざまな世代が入り交じるモザイクとして存在している。〈…中略…〉魅力的な〈…中略…〉人々が集まれば、それに惹かれてさらに若い層の人々が必ず集まってくるようになる。なぜなら、そこでは自分が憧れる生活のシーンと実際に出会え〈…中略…〉自分もそのシーンに参加できる(のだから。) p40

『まちづくりの哲学』

(企画・編集:代官山ステキなまちづくり協議会 2016年 ミネルヴァ書房)

宮台真司: 代官山という「生き物としての場所」が、他の場所ではあり得ない何かを僕らに呼びかけ、誘惑してくるからです。つまり、僕らは「生き物としての場所」に呼び掛けられ、誘惑される存在なのです。〈…中略…〉素敵な場所で長い時間散歩をすると、場所の力で「出来上がって」来ます。〈…中略…〉場所の力とは、時空と身体性の織り物なのです。 p28

蓑原敬: あるところに、すごくいい街があります。〈…中略…〉ところが、そこにまったく別の場所から一挙にたくさん人が入ってきた。そうすると、空間の使い方が変わります。そして、その街を通ると、これまでとはまったく違う感覚を持たざるを得なくなり、アクティビティの質も変わってしまって、空間の表情が変わる訳ですよね。例えば代官山だって、何か違うかたちで「使われ」始めたら、途端に違う表情を持つ可能性があります。 p34

宮台真司: 「まちの匂いや表情」を前提として、ニューカマーたちの振る舞いが展開し、「まちの匂いや表情」が変わって行きます。〈…中略…〉人々のコミュニケーションが前提とする「まちの匂いや表情」を与え、そのコミュニケーションが「まちの匂いや表情」を変えていきます。問題は「まちの匂いや表情」が尊厳に資するかどうかです。 p34

1. Home Grown (代官山で暮らす/働く人々が主体のお祭り)

- ・「代官山らしさ」、「代官山の匂いや表情」は、実際に代官山で暮らす/働いている人々から生まれてくるもの。
- ・「代官山を愛する心が無い」「代官山のことを知らない」人が都合よく利用するイベントにしない。

2. Self-motivation ((損得勘定を超えた)自発性重視)

- ・「楽しさ」「心地よさ」は、開催運営主体者自身が”楽しんで”いなければ表現できない。
- ・一時の損得勘定(営利至上主義)に縛られた”姿勢”は、周囲の空気も濁してしまう。
- ・「”場”が何かを与えてくれる」ことを期待するのではなく、「喜ばれる”場”を自らの創意で作り出す」ことを楽しんでもらう。

3. Originality (ひと味違う”らしさ”の追求)

- ・”他所の成功事例の模倣”ではない「代官山らしさ」が感じられるイベントを目指す。
- ・成功/不成功の評価は、「”代官山のまちの魅力”が表現できたかどうか/伝えられたかどうか」で判断する。

4. Affordance (“代官山が好き”を誘発させる)

- ・代官山が持つ多様性(ほどよくお洒落、インテリジェンス、クリエイティビティ、さりげなさ、落ち着き、下町っぽさ、気安さ、隠れ家的、いい意味の不便さ、など)の表出によって、全体としての”代官山というまち”に対する好感度を向上させる。