

支部見聞録 (関東支部)

From 東京



▶ JR高架下に50近いショップ兼工房が並ぶ「2k540 AKI-OKA ARTISAN」

▶ モノマチでの陶芸dakota工房★

★は台東モノマチ協会提供
(第6回モノマチ)

Photo by Taro Hosokawa



◀ 2k540モノマチに参加し、第6回も多くの人々を集めた★

▼ ファッション関連では日本初の起業支援施設、台東デザイナーズビレッジ



「カチクラ」を変えるものづくりの力

御徒町から蔵前、浅草橋にかけての「カチクラ」と呼ばれる一帯が、今、「ものづくり」のホットなエリアとして注目を集めている。いままなず、カチクラなのか。そして活性化には何が推進力になっているのか。その背景を訪ねよう。

若手の起業を支援する「台東デザイナーズビレッジ」

東京都台東区の「カチクラ」と呼ばれる一帯は古くから鞆や財布、アクセサリ、帽子といったファッション雑貨の間屋や製造業者が集まり、裏通りにも住宅を兼ねた工場や職人の仕事場が散在するものづくりの一大集積地だ。しかし近年は需要の低迷や安価なアジア製品に押され、活気のない状況が長く続いていた。それが今では、隅田川に近い蔵前地区にはお洒落なショップや工房が次々にオープン。クリエイターが移り住み、JR御徒町駅と秋葉原駅間の高架下にはものづくりのアトリエショップを集めた「2k540 AKI-OKA ARTISAN」ができ、裏通りの店から知る人ぞ知るブランドが誕生するなど、新しい動きが活発化している。訪れる人も住人も確実に増えつつあるという。

その大きな力になったのが、2011年から始まったイベント「モノマチ」と、さらに遡る2004年の「台東デザイナーズビレッジ」開設だ。デザイナーズビレッジは、駆け出しのデザイナーやクリエイターに製作と活動の拠点を提供し、起業を支援する施設。廃校になった小島小学校校舎の活用策として検討されたものだが、背景には地元からの要望があった。周辺には百貨店や大手ブランドなどのOEM生産をしているメーカーが数多く、オリジナルの自社ブランドを立ち上げる道が模索されていたが、そ

れにはデザインの力が必要だ。

「最終的には協働を目指して、地域にデザイナーを集めていきたいというビジョンのもと、構想はスタートしました」と、台東区の担当者、産業振興課の妹尾侑香さんは言う。インキュベーション(起業)マネージャーに起用された鈴木淳さんが「村長」として実際の運営を担い、ビレッジに常駐。入村者は破格の利用料金で最長3年施設を利用するだけでなく、マーケティングや商品開発、販売促進などについて村長のアドバイスや専門家のセミナーを受けることができる。定期的に行われるミーティングなどを通じて培われる入村者同士の横のつながりも大きなメリットで、業者を紹介し合ったり、展示会と一緒に出店したりするケースもあるという。また、デザイナーズビレッジは、入村者から世界的に活躍するデザイナーが現れたこともあってメディアの注目度が高く、入村者も知名度を上げるチャンスに大いに恵まれることになった。「年間で250件もの取材があります。鈴木村長の力もあって発信力はとにかく強い」と妹尾さん。

入村者にとって自転車ですべての資材や加工業者をすべて調達できるカチクラの魅力は大きい。ビレッジが11年目を迎えた今年4月で卒業生は63組。28組が区内で店やアトリエを構え、カチクラ周辺エリアも含めれば大半がこの地に残る成果を生んでいるという。

ものづくりを核としたまちづくりへの取り組み

デザイナーズビレッジが定期的に行っている施設公開・販売会とリンクする形で、2011年からスタートしたのが、「モノづくり



◀ デザイナーズビレッジが入る小学校は昭和初期のモダン建築
 ▶ ビレッジの入村者はここを製作の拠点として実力を蓄える
 ▼ ビレッジにはアパレル、革小物やジュエリーなど約20社が入る



◀ 入り口にもクリエイターならではの意匠が凝らされている
 ▶ 2k540は、全国でも例のない商業施設として注目を集める



▲ モノマチ協会では、町の魅力を発信するペーパーも発行

のマチづくり」。文字通り、ものづくりを核としたまちづくりイベント、略して「モノマチ」だ。元気を失っているまちを何とか盛り上げたいと考えていた地元有志が、スカイツリーの開業をにらんで立ち上げた。第1回はシャッター街化している佐竹商店街を会場に16社が作品や製品を販売。実は地元ではあまり期待されていなかったそうだが、フタを開けてみれば2日間で延べ1万人が来場し、「商店街でこんな人出を見るのは30年ぶり」と驚くほどの盛況となった。メディアに取り上げられた効果もあって、回を追って急速に規模は拡大し、第4回には10万人を突破。今年5月の第7回には294社が参加している。

モノマチではカチクラ全域が会場だ。来場者は各ショップで行われる多彩なワークショップや、よりすぐりのクリエイターを集めたクリエイターズマーケットなど様々なイベントを思い思いに巡っていく。職人の仕事を訪問してその技に触れる職人ツアーも行われ、毎回大人気を集めているという。

「何よりの特長は、行政主導ではなく完全な自主運営だということ。費用も7割は自前で、参加メンバーは運営のために自ら動くことが鉄則です」と、初回から参画し、現在モノマチ協会副会長を務める木本誠一さんはいふ。個々の参加者にとっては、店と製品を一般客やネタ探しに来る業界の人にアピールできる好機であり、地域にとってはものづくりのまちとしてのイメージア

ップや知名度向上につながるなど、モノマチの効果は様々ある。しかし何より大きいのは、参加メンバーの間にネットワークが生まれたことだ。モノマチ以前には、同業者同士のつながりはあっても、異業種の人とはご近所でも接点がなかった状況をモノマチが劇的に変えた。情報をやりとりするのはもちろん、異業種間の協力の中から実際に新しい商品が生まれ、各地で小規模なイベントや取り組みも次々と派生しているという。ちなみに前述のデザイナーズビレッジの入村者にとっても、モノマチは地元とのつながりを築く絶好の機会だ。

シャッター街化や職人の後継者問題など課題は相変わらずだが、「何かしなければ、変わらないからね」と木本さん。昨年からモノマチを協会組織に改め、イベント中心の運営から恒常的な活動へと軸足を移した。「多業種、多職種という地域の強みを活かして、200社近い会員の交流をもっと活発に。どこに相談が来ても誰かのビジネスチャンスにつながり、お互いに協力しあって『この地域で作れないものはない』という風土にしていきたい」と、協会の若手理事も語る。とはいえ「モノマチ」の名で目指すのは、ビジネスのブランド化ではなく、その名の通りあくまでまちの魅力のブランド化だ。人が集い、外から訪れても住んでも楽しい、ものづくりを核としたまちへ。5年後、10年後のカチクラは、確実に変わっていることだろう。



▶ モノマチでの2k540インフォメーション★

▶ モノマチでの田中箱押所★



▲ 蔵前には工房ショップを集めたビルも
 ▶ 様々な店が集まる浅草橋の間屋街



▲ 蔵前橋通りにはお洒落な店も目立ってきた



▲ モノマチ開催時には、ショップやイベント情報を載せたマップを配布
 ▶ 台東デザイナーズビレッジもモノマチに参加★



別冊 FROMはウェブサイトへ

eふぁみり もあわせてご覧ください!
<http://jp.fujitsu.com/family/honbu/family/>



「モノマチ」のひろがり～ものづくり横丁。