

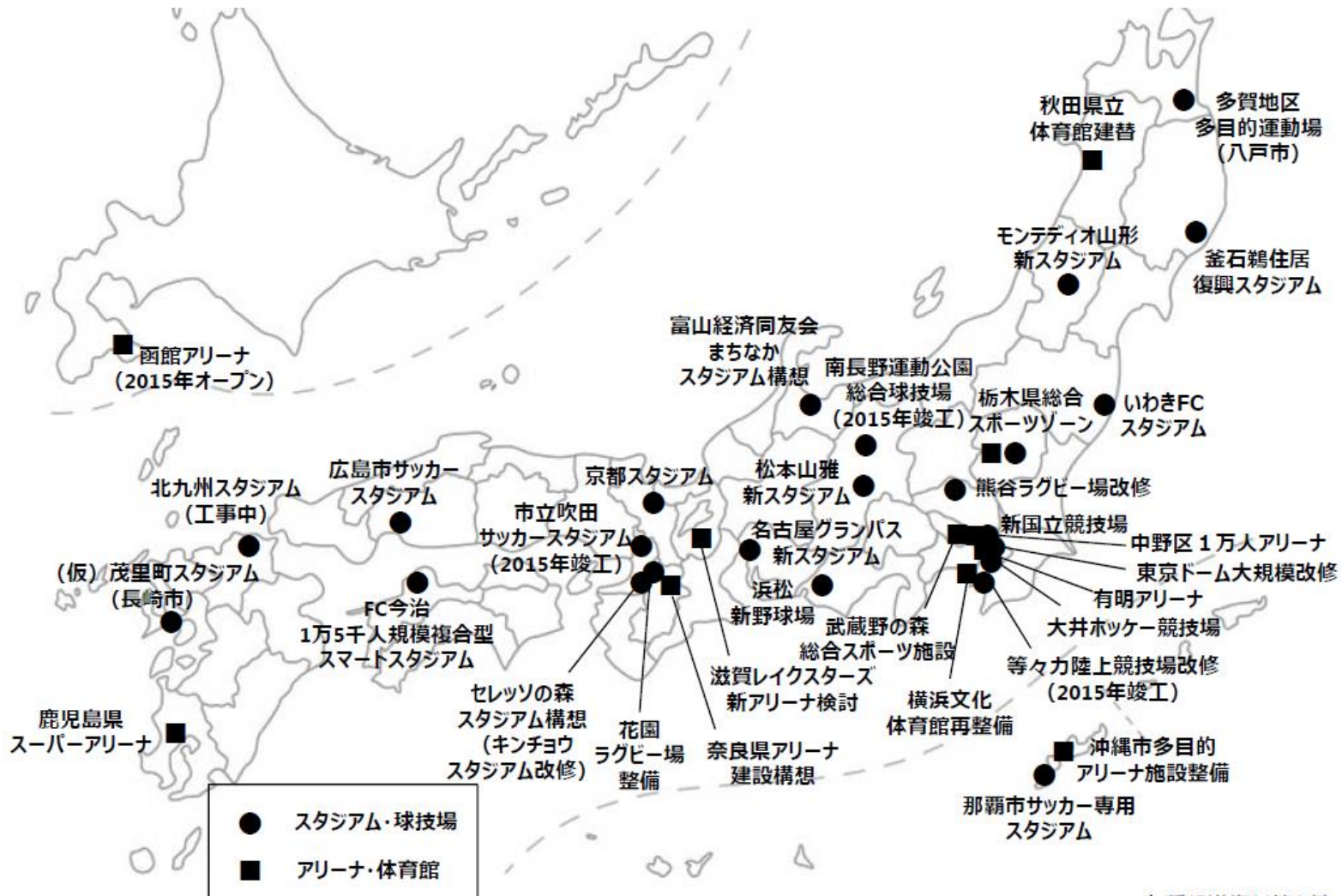
中野区のブランドとコンテンツの在り方についての考察

(株)電通

2018年1月22日

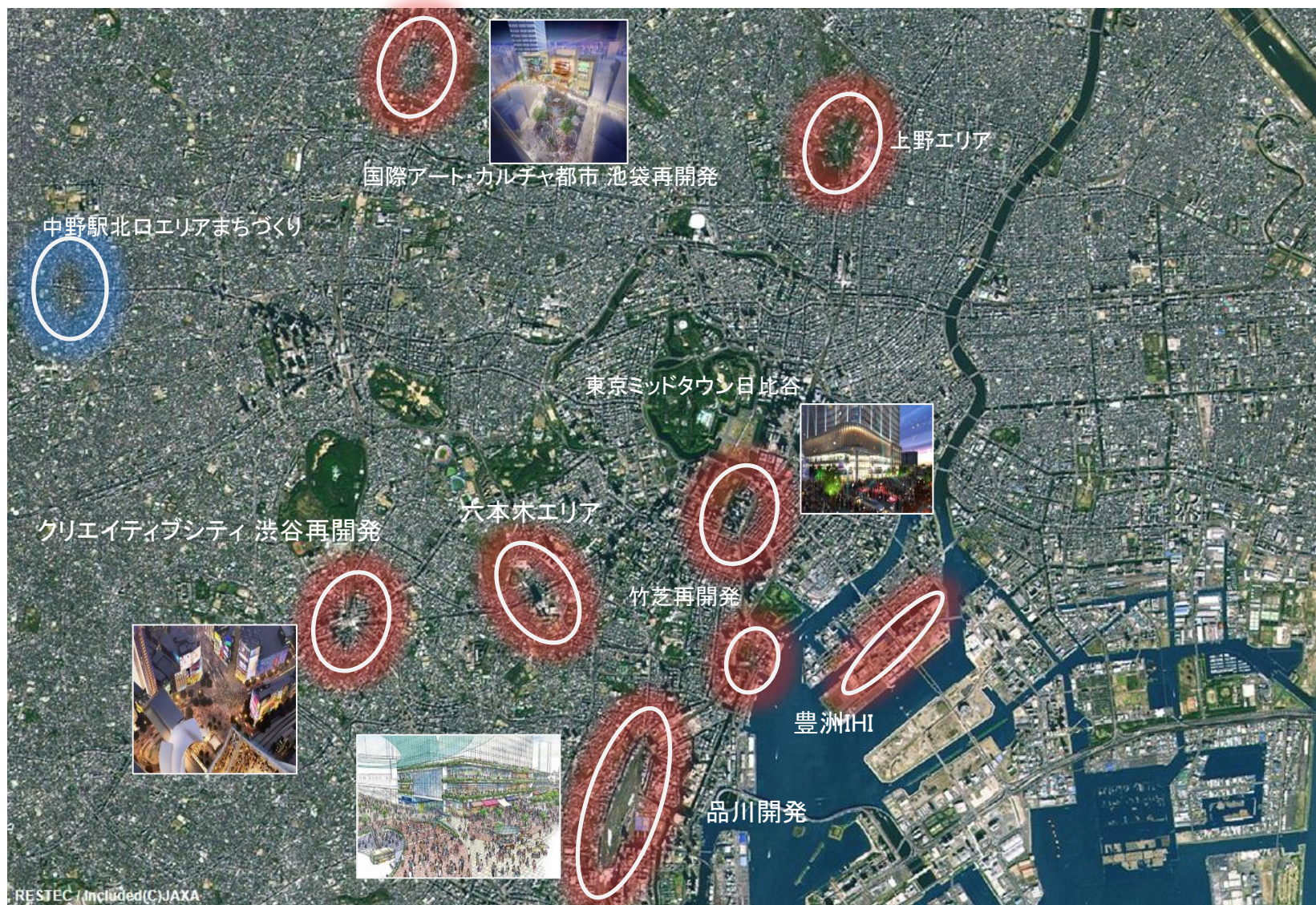
中野区ブランドによる差別化

全国のスタジアム・アリーナの建設予定



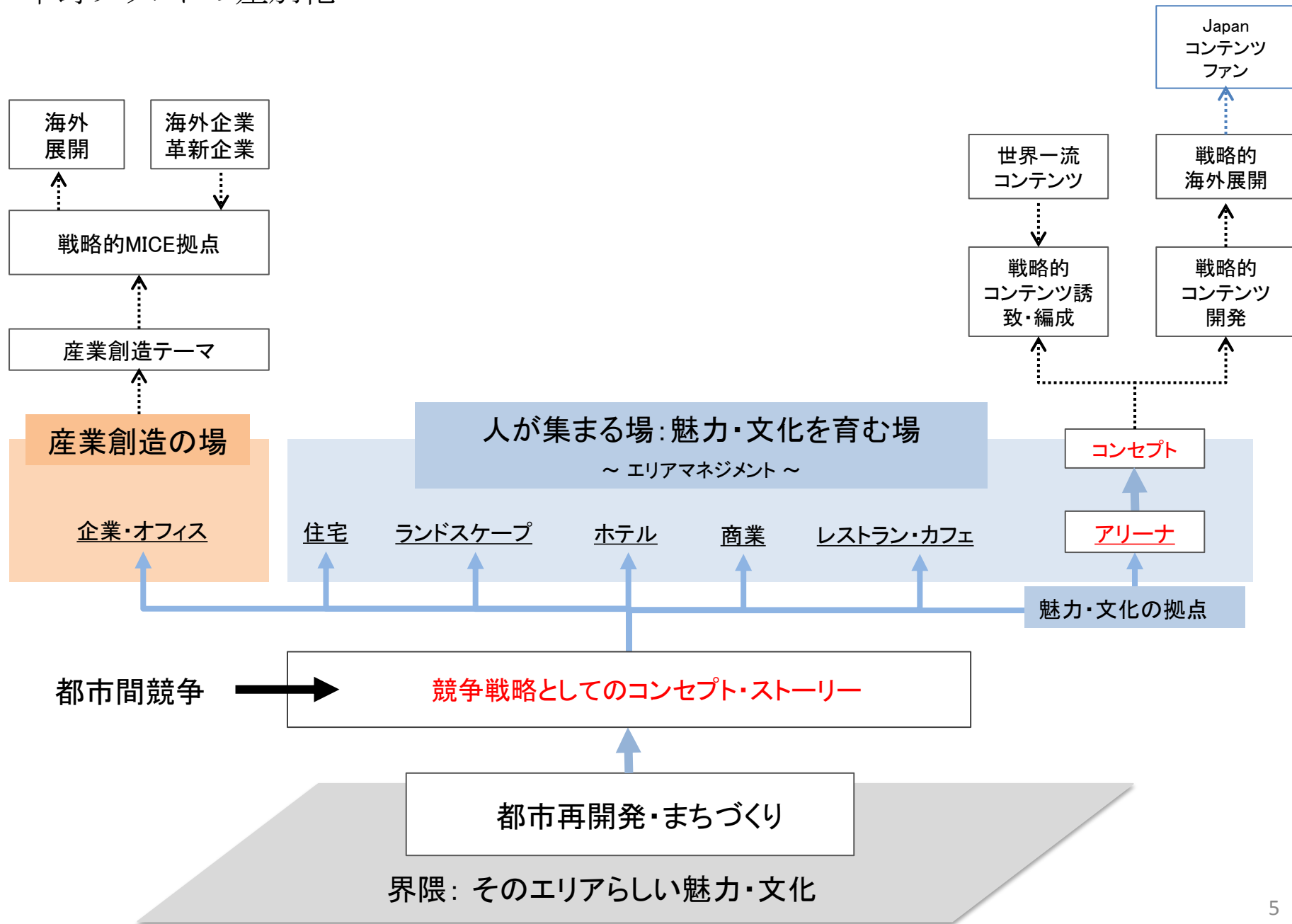
各種報道資料等を基に作成

東京都・文化コンテンツ創造戦略拠点開発



航空写真は著作権許諾を取ったものではありません

中野ブランドの差別化



中野区のブランド

専門家の視点からの考察

戸高良彦氏

(株)マガジンハウス ムック編集部 Dr.クロワッサン/Hanako FOR MEN/自由時間 編集長

戸高良彦 編集長 より

学生時代、中野に両親が住んでおり、家族との思い出がある中野区の今回の件にご縁を感じます。中野に来るたびに、現在の四季の都市に、むかし暮らした警察庁の宿舎を重ねて、懐かしい気持ちになるのです。

マガジンハウスでは『Hanako』の編集を通して、東京のさまざまな街に向き合ってきました。約30年前から今にいたる、中野の変遷を体感してきました。

新しい施設の話聞いて、いまの中野の特色と、これからの中野について考えました。中野は昔から、コアな感性「専門性」、様々なジャンルの人々「多様性」が集まる街。「専門性」×「多様性」が文化を生むと考えると、それらを「掛け合わせる」のは媒介者「サンプルザ」であり、思いや目的を持って導く「媒体」ではないでしょうか。

元住民として欲張りなことを言えば、四季の公園を駅前にも広げて巨大なスクエア、ガーデンにするのが良い。電車から、中野駅のプラットフォームから、素敵なのがライブで見える四季の公園と、奥にスケルトンで見えるサンプルザ。みんな中野に下車したくなるはずです。

中野の人たちやサンプルザが育んできた街の特色を生かしながら、新しい施設、新しい街の人たちの集う場を作る際のヒントになれば幸いです。

中野区のブランド

【すでに揃っている中野の強み】

①若者の夢や希望が詰まっている中央線文化の最初の街。

歴史的にも文士、漫画家、ミュージシャンなどが住みカルチャーを担っているのが中央線。その中で警察などの公的機関があったこともあり、中央線の中でも規律があり、ターミナル新宿駅に近い安心感もあるのが中野。

②東京のほかの街が持っている強みをバランスよく、ちゃんと持っている。

■飲食店もただ高いだけでも見た目がおしゃれなだけでもない、生活者のための実の
あるお店が揃っている。

■東京のどんな街よりも巨大な横丁が残っている。

■様々なジャンルのファンの人たちが集まるカルチャー拠点がいくつもある。

■新宿駅、東京駅などへの交通の便が、実はとてもいい。

それぞれが他の街が強みとして持っていることを、実は中野はちゃんと持っている。

住居と飲食と商業と教育施設が近接していて、それらが融合して循環している。こんな街は他にない。中野の特色、他にはない強みである。

中野区のブランド

③集まっている人たちが実にさまざま。

■街に集まっている人のバリエーションが面白い。

サンプラザにアイドルファン、その左は官公庁や企業や学校、サンモールには中野の住人・家族、ブロードウェイにはアニメファンなどの人々、その東側一番街～三番街などは飲みに来る人。

最近は芸人さんが北口で飲んでいるとの噂。これだけ多彩な人種が一同に集まっているのが中野の面白さ。ほかの街にはない。

それに加えて学生、学ぶ人が増え、これからを背負っていく人が育つ場所になった。

④中野に集まる人々が、何かをうみだす力を持っている。

オタクというのは凝る人のこと。凝り性で深く掘り下げることが文化であるし、クリエイティブなこと。中野には、いろいろなジャンルでそうした何かを生み出す力を持っている人たちが集まっている。

住居と飲食と商業と教育施設が近接していて、様々な人が行き交い、それらが融合して循環している。こんな街は他にない。中野の特色、他にはない強みである。

せっかくの強みであるが、今は発信力が足りていない。

中野区のブランド

【開かれたスペースで人が集まる“庭”としての中野へ】

①異種交配

生み出す力のある人たちが集まっている中野が、さらに街として面白くなっていくために、「専門性」を持った、様々な人たち「多様性」の掛け合わせがおこる場所、「庭」「スクエア」「ガーデン」になるといい。

キーワードは、「異種交配」。

「専門性」×「多様性」の掛け算が文化を生む。「掛け合わせる」のは媒介者「媒体」だと思う。その舞台がサンプラザであり、サンプラザで媒介者が目的を持って掛け合わせるのことが必要。

中野区のブランド

【開かれたスペースで人が集まる“庭”としての中野へ】

②開かれた場所であり、見える化が重要

そのための施設作り、ソフト作りを仕掛けるべき。

これから人が集まる施設を作るときに、会場としてのアリーナというだけでなく、人が集まる**スクエア、ガーデン**みたいな意識で創ると良いのでは。新しいサンプラザは街路から中のイベントが見えるスケルトンにして、のぞいてみよう、ちょっと寄っていこうと思わせるような、**オープンでフリーマインドな施設がつかれるかどうか**が**大きなポイント**になるのでは。例えばマツダスタジアム広島のような。

本当の四季の森公園、ガーデンになったらいい。電車からも、中野駅のプラットフォームからも、素敵なのがライブで見える公園とスケルトンで見えるサンプラザになったら、みんな中野に下車したくなる。

中野区のブランド

【中野をアートの要素でSOHOに】

アートの要素が重要

老若男女を集める力のあるアートを取り込むことを、サンプラザの場所で区が主導してやっていくことで、中野はさらなるカルチャー発信地になれるのでは？

東京をニューヨークに擬えるなら、西新宿の高層ビル～中野坂上までがマンハッタン・アップタウン、NYのブロードウェイがダウントウンに流れていくエリアとして、アートで街を作ったSOHOに、中野は例えられるのではないか。

アートの街としてSOHOからカルチャーをうみだしていったことに習って、また街の特徴・地勢的な視点からも、中野はSOHOになれば良い。

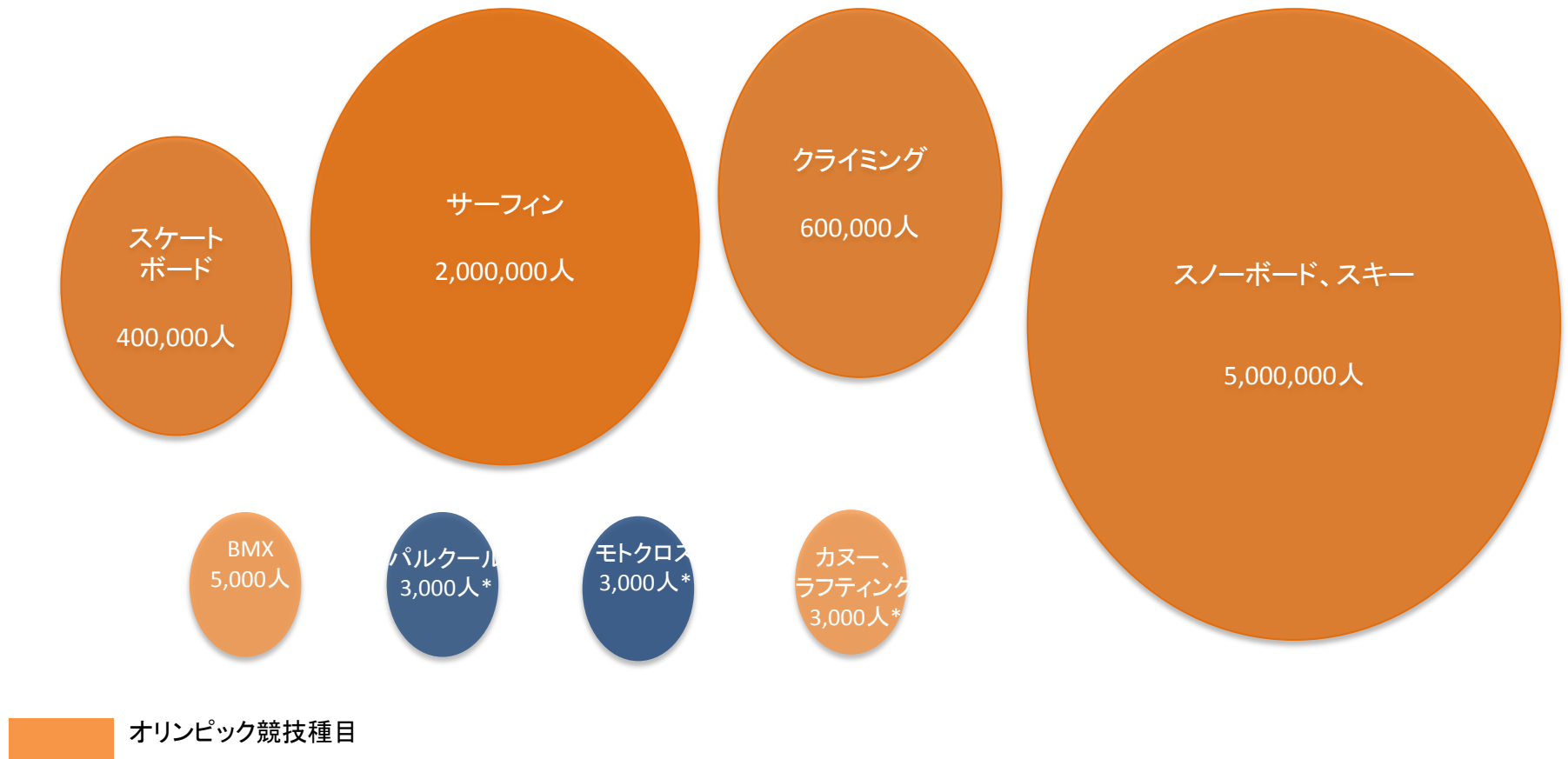
中野はSOHOになっていく十分なポテンシャルがあるといえるのでは？

中野区のブランド

文化と融合していくスポーツの例

アクション・スポーツ 競技人口

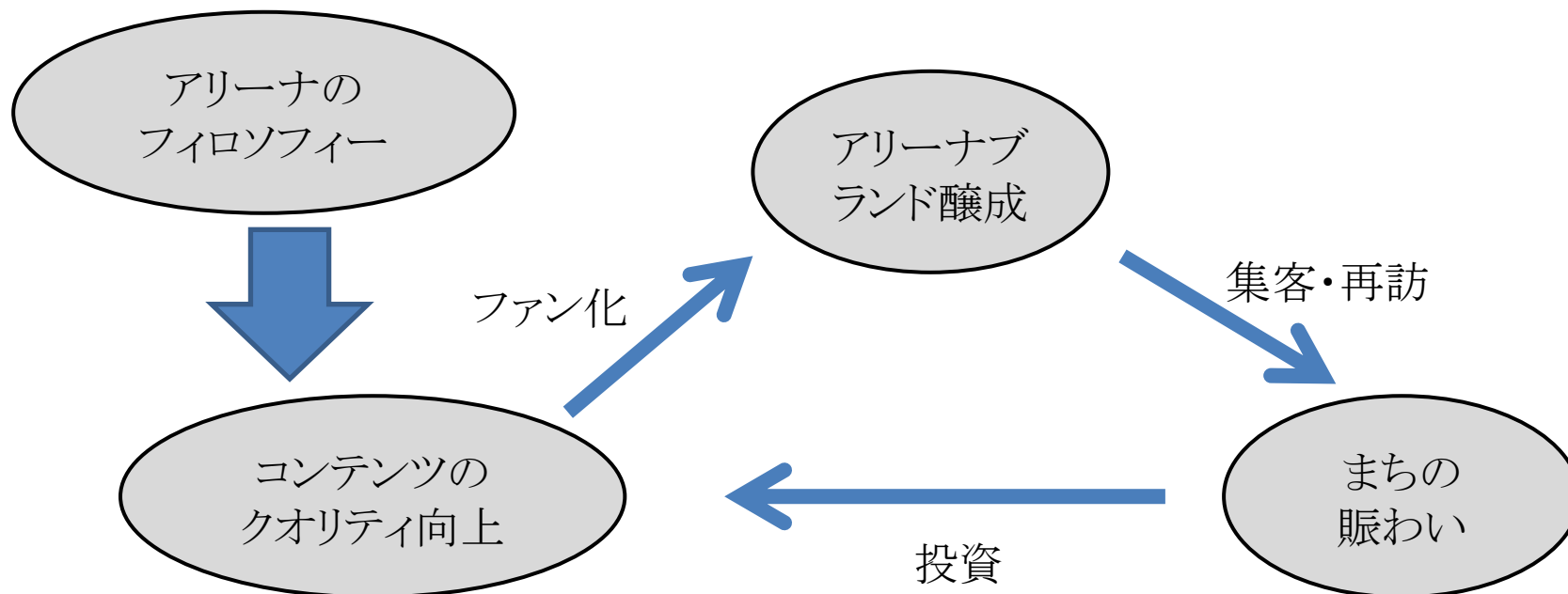
➤ 多くのアクションスポーツがオリンピックの競技種目として採用されており、今後注目を集める可能性が高い



出所: 公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会、2018 平昌冬季オリンピック

※2 この3競技は人口が推計できなかったため、仮に3000人とした。それ以外はWeb記事や統計データを基に仮に設定

まとめ



中野のプライド、絆づくりへ貢献