

共用空間の魅力を生む「コミュニティベネフィット」という考え方

人と人との関係をつくるのに、最も有効な方法は何か

● “提供する側” “提供される側” という、従来の構図を変えてみる

——大家や管理会社が空室対策としてコミュニティを作ろうとしても、なかなかうまくいきません。

賃貸借契約においては、大家さんや管理会社が部屋やサービスを“提供する側”で、入居者は“提供を受ける側”という構図になりますが、この枠組みの中からはコミュニティは生まれません。コミュニティというのは、自分たちが主体で、その主体同士がお互いに関係を持ち合う時に初めて生まれるものであり、常に管理されている者同士が出会っても、お客様同士の出会いにすぎず、そこからコミュニティの形成が促されることは基本的にありません。

提供する側と提供される側の図式では、提供する側はお客様に対して管理責任が課せられ、お客様は権利を持っているという位置づけになります。すると権利者であるお客様は、本来であれば住人

同士で解決すべき問題も、何かあるとすぐに管理会社に対しクレームを出し、管理責任者に対する権利の行使として改善の要求をするという存在になります。

するとこの枠組みの中では、提供されるサービスの内容はどんどんつまらないものになっていきます。なぜかという、管理責任者は自分の責任をまっとうできない領域を作り、権利者に提供したり、利用を許してしまうと、そこで予期せぬことが起きた時にトラブルやクレームの原因になるからです。したがってその枠組みを外れた行為に対しては、おのずと禁止や制限をするようになるのです。例えば、物件にフリースペースを設け、そこでバーベキューをしてもいいですよとしても、使い方やマナーが悪かったりするとほかの入居者からクレームが入ります。せっかく共用空間で入居者の利便性の向上を図ろうとしても、権利者としての入居者の要求水準がどんどん高くなり、管理者はそれに対して辟易としてしまう構造になり



甲斐徹郎 氏

(かいてつろう)

建築・まちづくりプロデューサー／株式会社チームネット代表／立教大学・都留文科大学非常勤講師

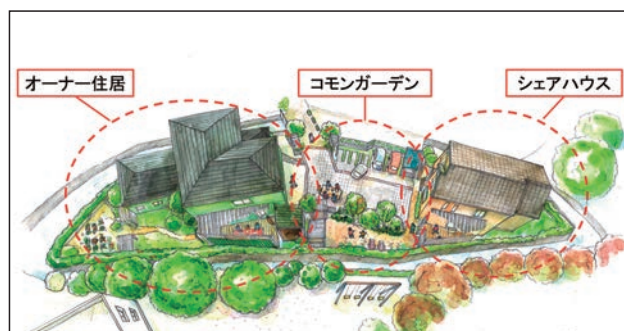
1959年生まれ。千葉大学文学部行動科学科卒業。1995年、環境と共生する住まいとまちづくりをプロデュースする会社として株式会社チームネットを設立。個人住宅から集合住宅、商業地開発まで、環境とコミュニティを生かした数多くのプロジェクトを手掛ける。著書に『まちに森をつくって住む』（農文協）、『自分のためのエコロジー』（ちくまプリマー新書）、『不動産の価値はコミュニティで決まる』（学芸出版社）など。

ます。そうすると、それを避けるために管理者は入居者に暮らしの制限を与えざるを得なくなります。結果的に、入居者はお金を払い、権利としてその場所を確保しているにもかかわらず、権利者である限り常に制限の内側でしか生活ができなくなります。入居者は、本当は緑豊かな気持ちのいい環境の中で、人との出会いやコミュニケーションを楽しみたいと思っても、賃貸住宅は管理者から行為を制限されるので、入居者同士のコミュニケーションはできにくくなるのが実態です。

——従来の枠組みにとらわれない動きがでてきました。

最近の賃貸に関わる新しい人たちの試みというのは、コミュニティを作ろうという話があるのではなく、提供する側、される側という関係が場の価値を小さくしているのだから、それを外して考えてみようというアプローチが出てきているのではないかと思います。つまり、入居者は常に提供される存在ではなく、自分たちの暮らしに対して主体的に関わりを持ちながら、関わり合った者同士が出会い、そこで“お互いさま”といえる関係を作り、お互いが尊重し合えるコミュニケーションを始めようとする動きです。例えばDIYを暮らしの中に入れていく試みは、結果として従来の構造を変えることとなります。自分が賃貸した空間に対して自分たちで手を加えて作業をしてもいいとなった途端に、今度は自分たちが作り出す側になり、与えられるのではなく暮らしに対して主体的に関わる行為をすることになるのです。

このようにDIYのようなちょっとした仕組みを取り入れるだけで人の意識は大きく変わります。入居者が“自分たちがそこに対して主体的な関わりを持つんだ”“それが自分たちの暮らしなんだ”と思える状況を生みだせると、お客さんとしてではない主体としての出会いが生まれ、入居者同士の関係はまったく違ったものになっていきます。



コミュニティベネフィットを考慮した建物と共有スペースの配置（シェアハウス あまつ風／福岡県春日市）

——私たちはコミュニティが希薄な社会を容認してきました。

例えば、昔ながらの集落で過ごす大きな豊かさを感じます。それは、人間関係が優しくて皆がつながり合っているを感じられるからであったり、自然の環境が残っていて環境と暮らしが一体化し、共生し合っているを感じるからだと思います。こうした豊かさを感じるのは、集落というのは生産と暮らしの場がつながっていて、人は暮らしに対して常に関わりをもちながらその場を育ててきたからなのです。それが現代社会になると、いつのまにか生産と暮らしがどんどん分離され、消費者は生産者から商品やサービスを与えられるだけの一辺倒な社会になってしまいました。

与えられるだけの人たちは常に権利を主張し、何かトラブルが起こった時は、その責任を提供者に対して追及するという立ち位置にいますので、提供する側は、商品やサービスに落ち度がないようにすることばかり考えます。そうすると、最高のものを作るというよりも、クレームが起きない、明確に責任が行き届く範囲のレベルのものを作るという方向に意識が向きます。その結果、暮らしの中のいろいろな価値が気付かないうちに小さくまとまっていき、社会は閉鎖的になり、コミュニティがなくなり人は孤立して、便利さと機能性という視点だけでものを判断するようになります。そういう人たちや、そのような暮らしの実態が増えるに従って、都市部はどんどん無機質化していったのです。

地域にコミュニティがなくなると、地域の伝統的なものや文化が継承されなくなります。伝統や文化の継承には、生活者が暮らしの中で、自分たちが関わりを持ちながら生かしているという状況が必要です。しかし消費社会の中で与えられるばかりになれば、そのような必要性がなくなり、結果として地域で暮らすことの価値がしぼんでいてしまいます。地域の集まりに参加するとか、自分たちの暮らしを主体的に作り出している者同士が会うといったことが、暮らしの総体を大きく変えていきます。文化は、時間を越えて受け継がれる人のつながりであるのに対し、コミュニティは同一の時間内で育まれる人のつながりです。現代人の持つ不安の最大の要因は、人がコミュニティから遊離してしまっていることです。人がコミュニティに関わることの持つ意味は、他者を認め合い、相互承認を得ることです。そしてそのことに気づきだした人たちが、リノベーションやDIYなどの取り組みを賃貸事業の中に取り入れ始めているのだと思います。

● 生理的に気持ちがいい、 ● 快適なことを人は選ぶ

——コミュニティが面倒だと思う人もいないのでしょうか。

コミュニティに煩わしさがあるのも事実です。そ



大家さん宅と賃貸棟との間に整備されたアプローチガーデン。前ページのイラストの実写（シェアハウス あまつ風／福岡県春日市）

こで、そのような煩わしさを意識させず、コミュニティを機能させるために生み出したコンセプトがあります。それは「コミュニティベネフィット」と私が名付けた考え方です。それはコミュニティを“目的”とせず、“手段”として活用し、個人の単位では得られない贅沢な価値を作り出すという考え方です。

例えば集会所を作って、“どうぞ皆で自由に使ってください”といっても、多分そんなに使われることはないでしょう。“皆で親睦をはかりましょう”といって大家さんが何かイベントを企画してもほとんど参加者がおらず、心が折れてしまうということはよくあります。なぜなら、「みんな」という言葉遣いに間違いがあるからです。入居者は他人ですから、入居者同士の側には「みんな」という存在がありません。存在が無いものに対して、この場所を皆で使っていいですよ、皆で参加しましょうと言っても誰も参加しません。では人と人との関係をつくるのに最も有効な方法は何かというところ、私はそれを「コミュニティベネフィット」という表現をしています。主体はあくまで「みんな」ではなく個人であり、その個々人が“自分の生活の拡張領域が贅沢だ”と感じられる状況をつくるということです。

生活の拡張領域とはどういうことかということ、例えば、共用空間であるエントランスが素敵な空間になっていると、外から帰ってきた人はエントランスに入った瞬間にほっとして、気持ちがよくなります。そして少しテンションが上がった状態で自宅に入ることができれば、そのエントランスが自分たちの生活の拡張領域ということになります。さらにそこに大きな樹木や花があり、自宅のリビングの窓を開けるとそれらが目に入れば、リビングが外に広がる感覚になりますし、樹木が強い日射を遮断したり、気持ちいい風をつくりだしていれば、誰もが当たり前には「お得」だと感じます。このように共用空間をデザインすると、
(1) 日常生活導線や、家の中からの風景がすご

く素敵になったという視覚的な幸福感 (2) 夏の暑い日でも涼しくなったという体感的な幸福感 (3) 同じ風景を共有することで生まれる連帯感という絶対的な価値が生まれます。このように、共用スペースを「みんな」が使う場所としてではなく、個人が自分の生活領域を拡張して使える場所として位置づけ、デザインすることが大切です。

——人と人との関係をつくるためにはどうすればいいのでしょうか。

コミュニティを作ることを目的とするのではなく、コミュニティを生かすと何が得なのかという「コミュニティベネフィット」を明確にしないと、人が交わるきっかけは生まれません。そのためには共用空間に価値を感じられるようにすることが大切です。それをデザインするための考え方として「アフォーダンス」という原理があります。これは心理学の用語で、“人は環境に従う”という行動原理のことをいいます。例えば、とても暑い日に、広場に大きな木があれば誰もが木の下に集まります。このように人は生理的に気持ちのいい事、快適な事を必ず選ぶという原理です。その原理に基づいて、エントランスという皆が通過する場所に、すごく気持ちがよくてちょっと腰掛けられるベンチ等を設ければ、必然的に人はその場所で滞在するということが行為として生まれてきます。そうすると、そこでおのずと人と人が出会う頻度が増え、特にそこに樹齢100年を超えるような大きな樹木があったりすると、人は自分の存在を超える大きな自然に抱かれることでとてもおおらかな気持ちになり、大きな自然の中では誰もがフラットな関係になり、心地よい人間関係が生まれます。

この原理を理解すると、「環境」という要素は無視できなくなります。つまり、賃貸住宅を経営するには建物だけでなく場の生かし方が重要で、建物の共用空間や屋外環境に心地のいい「コモン(共有空間)」を作ることによって、物件の価値を劇的に変えることができます。そのような環境を整えた

うえで、皆が通る生活導線上のたまり場のようなところで、1品持ち寄りの簡単な食事会などを企画すると、入居者同士がお互いに誘い合って参加するでしょうし、さらにフラットな人間関係ができてくると、今度は入居者同士が勝手にやり始め、大家さんは招かれる側になります。そこにはマネーはあっても、ルールはもはやありません。

当社が手掛けた『経堂の杜』や『樺ハウス』^{※1}では、樹齢150年や250年の樺を中心に据え、緑の環境を全世帯の共有の価値として整備しました。また、吉原住宅の『コーポ江戸屋敷』^{※2}においては、オーナーの吉原さんの仲間と私たちが月1回勉強会をし、ランドスケープのリノベーションを行いました。1棟の外側にデッキを備え、そこにシンボルとなる木を植え、さらにパン屋さんを招いたことで、そこがまちに開いた場所になりました。

このように、入居者同士が一つの素敵な風景を共有して暮らしているということはとても価値が



ガーデンパーティの様子

高いことです。同じ風景を共有しているということは、そこでの暮らしの情報を共有していることになるので、人と人との関係がつながりやすくなります。さらに、コモン性が高いエントランスを心地のいい空間にすると、外から見てすごく居心地のいい物件に見えます。しかも、そういう場所にはいい人間関係があって、いいコミュニティがあるということが周りから想像できることから、人はその物件に住みたいと感じます。

● 時間の蓄積と共に ● 価値を高める不動産事業

——一方で、管理が大変だからという理由で、敷地内にある木を切って、コンクリートで埋めてしまうケースが多いように思います。

賃貸アパートを経営するために、昔からあった雑木林を失くしてしまうような行為は、先代からずっと引き継いできた土地の歴史を失くしてしまう行為です。大きな木に価値を見出し地域の中で引き継ぐことで、地域の環境を整えていくという発想が必要です。それが自分たちの受け継いできた地域の価値を上げることに繋がります。ハウスメーカーや不動産企画会社の提案に従って、短期的な視点で経済合理性のみを追求した事業は、経営環境が激変すれば瞬く間に競争力を失い、持続的な経営になりません。

——持続的な不動産事業を行うために大切なことは何でしょう。

大家さんがなぜ価値を作り出せるかという、二つの財産を持っているからです。一つは場所を持っていること、もう一つはそこに関わり続ける時間を持っているということです。地域の大家さんはこの二つから生じる価値を何代にもわたってつないできていて、それがアイデンティティでもあるわけです。

持続的な不動産経営のために重要なポイントは、



住人が集うパン屋さん（コーポ江戸屋敷／久留米市）

“時間と共に土地の価値を高めていくこと”です。つまり、その土地にどのような建物を建てるか（「商品価値」）ではなく、その土地にある「環境」と「人間関係」という資源を生かして、どのような魅力的な暮らしを生み出せるか（「経験価値」）を考えることが大切です。それが地域の価値を上げ、世代を超えて土地を引き継いでいくことになります。

そのためには、「場のデザイン」と「時間のデザイン」を考える必要があります。場が人の出会いを導き、時間が加わることで物語が生まれます。前述したように、心地よさを感じられる場としてエントランスをデザインし、そこに人が滞留するような居心地のいいベンチを置いたら、それを使いこなしていくなかで人間関係が生まれ、育ち、価値が変わっていき、場合によっては大家さんもその関係の輪の中に入っていき、状況になっていきます。さらにそこに吉原住宅が実践したようなパン屋さんやカフェなどがあれば、それがその人たちのコモンの中心になっていくでしょう。このように場のデザインを起点として、人間関係も生かせるようにデザインを仕上げれば、長いスパンで地域の価値を上げられると思います。このようなことは最初から全てできるわけではなく、いろいろなきっかけを作る過程で、徐々に環境が育ち、人間関係が変わっていきます。その成長のストーリーを大家さんが可能性として感じる事ができれば、それが自分自身の幸せのストーリーとして

思えてくるでしょう。

——不動産業者はそのプロセスにどう関わっていけばよいでしょうか。

賃貸アパートをサブリースにするということは、大家さんは全てを人に任せっきりで、自分の人格はまったく表に出さないという経営スタイルです。この方法は大家さんが幸せを感じ、ワクワクするような経験ができる可能性を放棄していることとなります。大家さんには土地の歴史を背負っているという使命があります。不動産会社もサブリースで仕事のベースを作るのではなく、大家さんが持っている資源の価値を引き出し、不動産の魅力を上げて、入居者が絶えない状況を作ることを通じ、大家さんとの絶対的な信頼関係を作り上げていくことが、本当によい仕事なのだと思います。

物件や地域の価値を高めていくには、ランドスケープやガーデニングといった外環境の充実と、時間を価値に仕上げていくためのマネジメント



コミュニティデザインやパッシブデザイン等に関する甲斐氏の著書

が重要になります。ですから不動産会社は、先に私が紹介したアフォーダンスという原理に基づいてコモンの場のデザインを提案し、そこを整えたうえで、そのコモンを生かして入居者が主体的に関わるきっかけになるようなイベントなどを大家さんに提案し、大家さんと一緒になってその物件の価値を高める支援をする役割を果たせるといいと思います。

事例紹介 下北沢

ビル建て替えへの「コミュニティベネフィット」の応用

●まちの台所「くろうま しもきた」

下北沢駅周辺は、2004年に複々線化事業が着手されてから長い期間にわたり再開発が進んでいます。駅周辺のビルのオーナーの先代たちは戦前からこの地に住み、1929（昭和4）年の小田急線開通後は、この辺りを商業地としてのまちづくりに尽力してきた人たちです。ですから、下北沢という地域の魅力を作ることに大きな責任を感じており、最近では単にビルを建てて、テナントを見つけて貸せばいいということではなく、まちづくりに資するものにするために、ビルのソフト面も含めた魅力づくりが大事だと考えていました。そ

うしたビルオーナーとの出会いから、当社が新しいビルの建て替えのお手伝いをする事になりました



戸建てを改装した「くろうま しもきた」(<https://kurauma.co.jp/>)

した。

建て替えのコンセプトをオーナーたちと検討する中で、下北沢のまちを「消費を刺激する場」にするのではなく、「豊かな暮らしを生み出す場」として位置づけて計画を進めようと考えがまとまってきました。そして、下北沢界隈に暮らしている人が、このまちを自分の暮らしの場として使いこなせるようになることで、下北沢に暮らしていることの意味や価値をいかに上げられるか、ということテーマにしようということになりました。下北沢は今でこそ若い人たちに人気のまちですが、単に「面白いものを買える」「面白い店がある」という消費するだけの場であれば、時間軸の中で陳腐化してしまいます。そうではなく、ここにはすぐクリエイティブな暮らしがあり、外から見たときに、ここで暮らしている人がいつも格好いいと映るようになれば、下北沢に暮らすことが憧れになり、最終的に集客に結び付くはずです。

そこで、ビルの建て替えのコンセプトとして「まち全体を暮らしの場にする」ことを目指すことにしました。まち全体が生活者にとっての暮らしのエントランスになっていて、まちの中に自分たちのキッチンやダイニングやリビングがあり、住んでいる人たちが当たり前のようにまち全体を使いこなしていくことができれば、とても豊かなことです。

ビルの建て替えが完了するまでにはまだ数年の



暮らしを彩るグリーンやキッチングッズが並ぶ店内

時間を要するため、暮らしの場の中の「まちの台所」という機能を担う実験店舗を、ビルオーナーと共同でつくることにしました。住宅街の一步入ったところにある一戸建てを改装し、「暮らしが生まれる」という意味から『くらうま』とネーミングし、レンタルスペースを作ったのです。

この施設には“キッチンスタジオ”“グリーンギャラリー”“ティースタンド”の3つの空間があります。“キッチンスタジオ”では、各方面で活躍している料理家と地域の生活者、そして食材の生産者が台所を共にすることで、お腹を満たすだけでなくクリエイティブな食の体験をしてもらいます。“グリーンギャラリー”と“ティースタンド”は花と植栽を生かした暮らしの提案スペースで、「まちの縁側」として緑の持つ本質的な力を暮らしの中へ取り込む方法を学んでもらっています。

※1 東京都世田谷区（経堂の杜は2000年、樺ハウスは2003年竣工）どちらも都市居住における環境共生を目指し、緑を残したい地主と、入居者が希望する緑豊かな暮らしを実現した。

※2 福岡県久留米市（1978年竣工）本報告書58ページ参照

[取材：2019年10月]



株式会社チームネット

代表者：甲斐 徹郎

所在地：東京都世田谷区桜2-21-23-106

電話：03-5787-8706

H P：http://www.teamnet.co.jp/

業務内容：「環境デザイン」「コミュニティデザイン」「マーケティング」を有機的に掛け合わせ、社会性の高い多彩な事業を展開。環境共生型コーポラティブ住宅『経堂の杜』『樺ハウス』などをプロデュース。その他環境とコミュニティを生かした数多くのプロジェクトを手掛ける。