

8

人と人をつなぎ、毎日の暮らしをちょっと豊かに N9.5 (まち暮らし不動産)

「okatte にしおぎ」がつくる人のつながり

東京都杉並区、JR 中央線の西荻窪駅から 15 分ほど歩くと無垢材が壁一面に貼られた家が見えてくる。玄関から入ると、土間があり、大きなテーブルが置いてある。その前に、アイランド型のキッチンシンクがあって、その向こうにも大きなシンクがある。これだけあれば、何人で料理ができるのだろう。

ダイニングテーブルのすぐ横には畳敷きの座敷がある。みんなで集まり、みんなで料理を作って、みんなでワイワイ言いながら食べる。いまの日本の住居事情からすると、なかなか叶えられない贅沢な場所かもしれない。

ここは okatte にしおぎ⁶⁹。二階の各部屋はシェアリングハウスの個室だ。そこには居住している人たちがいる。一階は、見てきたとおり、土間と座敷によるキッチンとリビングスペースだ。こちらは、地域に開放されていて、メンバーシップに入れば、それぞれがいろいろなことに活用することができる。

一階は月曜から木曜の夜はいつも開かれていて（メンバーは鍵を持つ）、メンバーであれば、予約なしでふらっとやって来て、一緒に料理を作って食べる「ごはん会」に参加できる。それ以

図表 2-8-1 : okatte にしおぎ



出所：筆者撮影



69. <http://www.okatte-nishioji.com/>

図表2-8-2 : okatte にしおぎの一週間



出所 : okatte にしおぎホームページ

外の曜日や時間であれば、ゲストを招いて料理教室を開き、テーマを決めてイベントを開催することもある。スケジュールは SNS で公開されているが、子どもと哲学、作り置きご飯の料理教室、お茶の生産者を招いた緑茶と紅茶教室、夏なら流しそうめん、お正月前ならお餅つき等々、老若男女問わず、それぞれの関心や興味に応じた、楽しそうな企画ばかりだ。

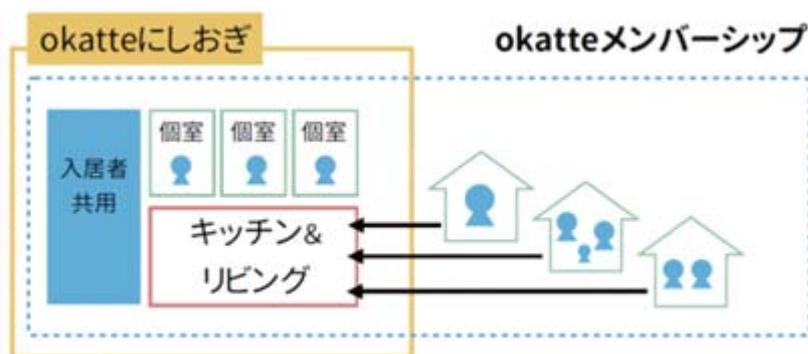
キッチンは、飲食店営業、菓子製造業の許可を取得しているので、フリーマーケット等で販売するお菓子やジャムを作る人もいる。

ここは、メンバーにとって、自分の家以外のもう一つのリビングであり、キッチンだ。

ここには、二つのシェアリング（共有）がある。一つが入居者にとってのシェアハウス。もう一つが地域の住民にとってのメンバーシップだ。

メンバーシップのための会費は月 1,000 円（入居者も家賃と別に支払う）。但し、販売用のお菓子やジャムを作る人は使用時間に応じて月 20,000 ~ 6,000 円の会費となる。

図表2-8-3 : okatte にしおぎにおける二つのシェアリング



出所 : 同社資料

人と人が交わり、それぞれが輝く、明るい場を作りたい

okatte にしおぎをオーナーと共に、不動産のプロとして一緒に作ってきたのが、N9.5（まち暮らし不動産）⁷⁰ の代表取締役の齊藤志野歩さんだ。2012年12月、4人の仲間と立ち上げ、現在は5人で運営している。N9.5 というのは、塗料などの色を示す際の専門用語で、「白」を表す記号だ。光の色は、色と色が重なると、重なったところには、明るい新しい色があらわれる。それぞれの人が、それぞれ違う色で輝けば輝くほど、人と人のあいだには「明るい場」ができる。さらに、多くの色が重なり合うと、そこは「白」に近い色になる。自分たちは、そういう場所でありたいと願い、名付けたものだ。小さな企業だが、日々の暮らしと家、まちのあり方をずっと考え、具体的な行動を起こしてきた。その行動は、様々な形と人の交わりとなり、居場所が見つからない現代社会ならではの課題に対する一つの解決策も示してきた。

不動産業界には、よく考えてみれば不思議な常識のようなことがある。都市部の場合、不動産を探すときの条件は、①最寄り駅と駅からの距離、②間取りと広さ、③価格（賃貸ならば月額の賃料、売買ならば不動産価格）の三つだとされている。もちろん、中古物件ならば、建築してからの経過年数もあるかもしれないが、チラシで見るのも、不動産屋さんで情報提供されるのも、これら三つの情報ばかりだ。必要な間取りと広さは、それぞれの家族の人数等次第だと考えると、不動産の単価とは、最寄り駅とそこからの距離ばかりで決まってくるようだ。同じ間取りと広さであれば、そして、同じ最寄り駅であれば、駅に近いほうが高くなり、遠いほうが安くなる。結局のところ、この考え方は、毎日、職場等のどこかに通うことを考えて、その利便性だけを見ているということだ。

たしかに、価格の決めり方はそういうものかもしれないが、住む人はそれだけで決めてよいのだろうか。それが、実際の暮らしやすさや住みやすさとどれほど関係があるのだろうか。家は「寝に帰る場所」だと考えれば、それだけでよいかもしれないが、家はそれだけのものではないはずだ。実際のところ、一人で過ごす時間もあるし、家族と共に過ごす時間もある。親しい友人を招くかもしれない。駅から近くに越したことはないかもしれないが、趣味に没頭する自分にとってかけがえのない時間、大切な人と一緒に時間をどんな場所で過ごすかこそ、重要なのではないだろうか。もっと言えば、その時間と場所のために私たちは頑張って働いているのではないだろうか。不動産に関わる企業としても、売上だけのためであれば、業界の常識通りやっていたらよいのだろうが、それだけでは自分たちが担っている意味はないと齊藤さんは考えていた。

N9.5 が関わった前述の okatte の使い方は、人それぞれだが、参加しているメンバーは、仕事を大切にしながら、人と人の交わりこそが自分の楽しみであり、生きがいであると実感している人が多い。ふらっと okatte に行ったときのふとした出会いもおもしろいし、常連となった人と人の交わりも楽しい。自分の家には広さの都合もあって、たくさんの友人を招けないし、なかなか片付かないので、といった理由で okatte を使う人もいる。近所に okatte がある生き方は、無かった時よりも、ちょっとだけ自由度が高くて、楽しい。

okatte 周辺は駅から15分、不動産業界の常識からすれば、遠くて敬遠されがちな場所だ。しかし、okatte がある豊かさを実感できれば、むしろ、okatte の近所がよいと、その近くを選択

70. <http://www.n95.jp/>

する人が出てきている。

まち歩きツアーから始める物件探し

N9.5 (まち暮らし不動産) は、名前のとおり、まちでの暮らしはどんなものだったら素敵だろうと考えて、不動産会社を営んでいる。okatteのような物件の企画や管理運営も担うが、一般の不動産会社と同じように、売買や賃貸の仲介もする。よい物件を探している人がいれば、一緒に物件を紹介して見て回るのだが、彼らの案内はユニークだ。

一般の不動産会社の場合、候補となる物件を示し、個別に、そこに車で連れていき（顧客の負担への配慮や時間節約のためと考えられる）、中を見せることが多い。

しかし、同社の場合、まず、まち歩きツアーから始める。「〇月〇日に阿佐ヶ谷でやります」と、物件を探している人たちに伝えて、ここのまちはどんなところか、同社が案内しながら、みんな歩いて見て回るのだ。そこで暮らすことを決めた後、多くの居住者は、その周辺を歩いて回ることになる。だとすれば、歩いて見て回らなければ、何がこのまちのおもしろさなのか、実感することができないまま、物件を決めることになってしまう。歩いて回れば、まちの空気も感じることができる。

齊藤さんは人を紹介していく。子どもたちと楽しく遊ぶ大人たちがいる。みんなで集まってワイワイやっている人たちがいる。このまちに暮らす面白い人、豊かな暮らしを実践する人、人と人の交わりを楽しむ人との出会いは、このまちでの自分の暮らしのイメージを豊かにさせていく。

参加者にとっては、このツアーで物件が見つからなかったとしても、「最寄り駅とそこからの距離」「駅から〇分」といった従来の基準だけで不動産を見ていた発想から解き放たれることになる。自分は何のために家を探しているのだろうか、自分らしい暮らしができる家というのはどんなところなのだろうか、暮らしを想像し、自分のまちや他者との関わりを考える人が増えていき、結局、その人たちは「どこかないですかね、この前みたいな感じのところ？」と同社に声

図表2-8-4：まち歩きツアー（ディスカバリー・ツアー）⁷¹の様子



出所：同社ホームページ

71. 同社ではディスカバリー・ツアーと呼ぶ。同社の場合、この地域に物件をすぐに見つけている人ばかりではなく、まだ何も決まっていない人が参加することも多い。

をかけてくることになる。物件ではなく、暮らしの視点から自分の家の候補を見て探すようになる。そのパートナーとして、不動産会社を選ぶようになる。こうした、他社とはまったく異なる差別化されたアプローチは、会社からすれば、確実な見込み客が増えていくことにもつながっている。

出発点は自分自身が実感したことから

N9.5を立ち上げる前の齊藤さんは、不動産投資ベンチャーで不動産ファンド運営、住宅開発、商業施設開発等に従事していた。まさに、経済価値としての不動産の最前線にいた。元々、両親共に設計士で、建物が存在する力、場が持つ力の存在を信じていた。人と人の交わりこそが大切だが、そのために、建物と場はどうあるべきか、ずっと考えてきた。結婚とその後の出産を契機に、暮らしの視点から住居を考え、活動を続けるNPOにも関わった。不動産業界は、リーマンショックと東日本大震災で、それまでの成長路線を転換しなければならなかったが、子育てしながら働くこと、また、NPOでの活動という副業に対する周囲の理解もあって、働き甲斐もあり、よい職場だった。しかし、ふとしたことで、自分自身の日々の暮らしの辛さを実感することになった。

共働きの夫は忙しい日々が多く、平日は、子どもと自分だけの食事が多かったが、そんなとき、ふと感じたのは、二人きりの晩御飯の辛さだった。だからといって、子どもたちのお母さん同士では昼間も会って同じメンバーに固定化して息が詰まる。外食はなんとなく違う感じがするので、家に来てもらうのは、その前の片付けがたいへんで何もできなくなってしまう。

そんな時、近所の商店街で空き店舗があった。地域としては、商店街の振興策として、何かできなにか、募集しているという。

そこで、齊藤さんは考えた。子ども二人の晩御飯が辛いのは、他の家族も一緒。そうであれば、他の家族と一緒に食べることにしよう。だけど、それがいつも同じ子どもとお母さんばかりだと疲れてしまうかもしれない。それなら、地域のいろんな人たちにも声掛けしよう。そして、家に呼ぶのでは、片付けがたいへんなので、そのための場所として、商店街の空き店舗を活用することにしよう。

ちょうどその時期、齊藤さんは、志を同じくする仲間が増えてきたこともあって、彼らと共にN9.5を立ち上げることにした。年が明けてすぐの2013年4月、みんなで料理を作り、みんなでご飯を食べる、自分のための、そして、誰かのための居場所づくり、阿佐谷おたがいさま食堂⁷²の取り組みは、こうして始まった。

阿佐谷おたがいさま食堂は、JR阿佐ヶ谷駅南西の川端通り商店街が2013年7月～9月に行った地域商店街活性化事業の一環である。N9.5は事業の補助金を受け取り、空き店舗を手直しして「阿佐谷もちより食堂」とした。みんなで使えるようにし、この施設の管理運営を担った。手直しにあたっては、阿佐ヶ谷で活動するアーティストや地域の子もたちと一緒に装飾もした。みんなが集まり、商店街で買い物をして、もちよって食べた。さらに、隣接するキッチンスタジオ

72. 事業の名称が「阿佐谷もちより食堂」。空き店舗を利用した「もちより食堂」の運営と、キッチンスタジオをレンタルし、商店街で買った食材で料理を作ったイベント「おたがいさま食堂」の2つの事業から成る。
詳細は <https://www.facebook.com/asagaya.mochiyori/>

図表2-8-5：阿佐ヶ谷おたがいさま食堂



出所：同社資料

才をレンタルして、一緒に料理して、一緒に食べる「阿佐谷おたがいさま食堂」を開催し、そこには、たくさんの人が集まり、賑わいが増し、料理のための食材を商店街で購入したので、まさに商店街の活性化に資する事業となった。なにより、参加した人と人がつながり、新たなコミュニティが生まれていった。補助金事業が終了した後も、阿佐谷おたがいさま食堂は続いていった。

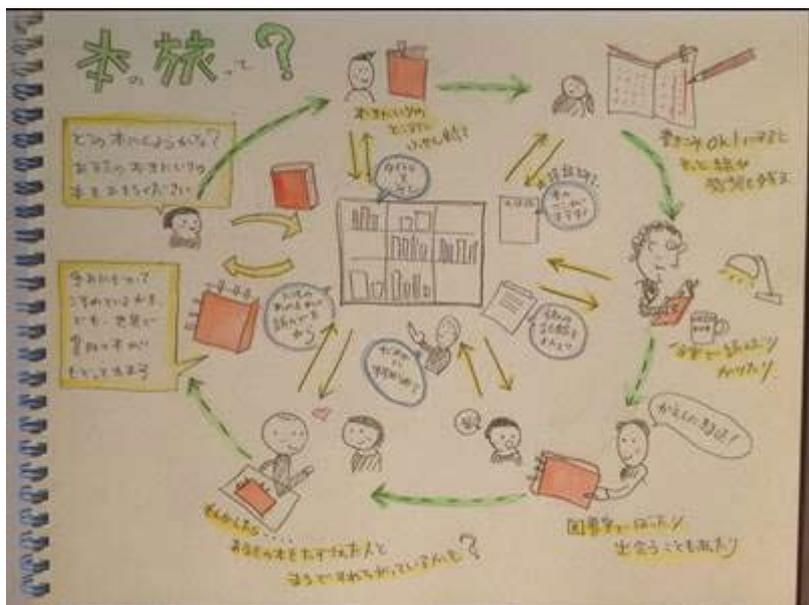
自分のまわりに「ひらかれた共」を具体的につくっていく

自分の切羽詰まった思いから始まった事業は、人と人のつながりを生んだ。人と人の間にできる「明るい場所」を作っていきたいというN9.5という名前に込めた思いがカタチにもなった。まちで暮らすということは、一戸の家や部屋の中で全部自分のものとして持たなくても、まちの中に必要な機能はいくらでもあるし、それを活かすことができれば、暮らしを通じて、生きている実感を得られることも見えてきた。なにより、観念的なことをいくら言っても、そんな話は伝わらなくて、自分がやりたい、自分がやるんだと率直な思いを伝えていけば、賛同者は増えていき、実現に至ることもわかった。私自身のことを周囲に開いていき、自分が周りと一緒に変わることができれば、「まちのこと」を作ることができるのだ。

自分のまわりに「開かれた共」を具体的につくるプロセスは、いろいろなところでカタチになっていった。okatte にしおぎのような、プライベートコモンとパブリックコモンを併せ持つ「まちに開くシェアハウス」も増えてきた。おたがいさま食堂のような空き家を活かした居場所づくりも進んでいる（国立・富士見台の商店街「ダイヤ街」の一角の築50年の木造住宅をリノベーションし、コドモとオトナをつなぐ暮らしをつくるコトナハウス⁷³）。本が人をつなぐまちづくり（西

73. <https://www.facebook.com/kotonahouse>

図表 2-8-6：西国図書室で行われている本がつなぐ人と人のコミュニケーション



出所：同社ホームページ

国図書室⁷⁴、国分寺ブックタウンプロジェクト⁷⁵)も始まった。それぞれの活動はいまもすっかり続いている。

そうした活動には、たくさんの人が関わっている。そういう中では、これらの共有財である施設や場所をどう運営していくのか、みんなで話し合う「コミュニケーション」そのものが重要になってくる。例えば、施設の掃除は誰がどの頻度で担うのだろうか。フリーライダー（タダ乗り）があれば、参加者の不公平感は強くなる。お金で解決するにしても、それぞれの負担になる。掃除を担った人にはどんなメリットが与えられれば、みんなの納得が得られるのだろうか。

もっといえば、それぞれの思いや行動を大切にしながら、全体としての意思決定をどう進めていくのか、自ら決めることをどう促していくのか、そこを考えることこそ重要なのだが、それがなかなか難しい。日本の近代社会は、自分たちのことを自分たちで決めるプロセスを省いてきたのかもしれない。そういう経験が薄ければ、決める力も落ちてしまう。一つの共通する経験は小学校時代の学級会だが、それも、最後は多数決で決めてしまうもので、そればかりが集団のこれからの方向性を決める方法ではない⁷⁶。

そこで、N9.5の役割が重要になってくる。いま行われているコミュニケーションはどのようなものか、見える化していくのだ。

例えば、いま、この集団が話していることは、言葉そのものの意味を重視するローコンテクス

74. <https://www.facebook.com/nishikokutosho/>

75. <https://www.facebook.com/kokubunjibooktown>

76. しばしば、デモクラシー（民主制、民主主義）を多数決によって意思決定する多数派による少数派支配だと理解する人もいるが、それは根深い誤解である。そもそも、民主制とはその名の通り、旧来の王や領主ではなく、国民・市民が主権者であることを示しているだけであり、共同体の意思決定の主体者が我々にあることを忘れてはならない。また、多数決の濫用は全体主義に陥る危険性も承知しておくべきである。多数決はあくまでも意思決定のための一つの方法に過ぎず、その長所としては迅速な意思決定に資するが、その短所を踏まえれば、多数となる人達が、少数となる人達の考えや根拠をよく理解した上での決定としていくことが必要であろう。

トに基づくものなのか、文脈や背景、言外の意味を重視するハイコンテキストなのか、どちらでコミュニケーションは進んでいるのだろうか。このテーマの場合、原則から考えたほうがよいのか、ケースごとに考えたほうがよいのだろうか。人間関係重視で臨むのか、結論を重視するのがよいのか。対立を回避したほうがよいのか、それとも、きちんと対立したほうがよいのだろうか。

「〇〇すべき」や「原則は〇〇」といった、どこでも適応できる、ここにとっての話ではない観念論や抽象論でもっともらしい議論は、いつまで経っても、具体的な解決策や次の一步にたどりつかないしつながらない。しばしば陥りがちな罠だ。そうした場合には、まず、事実に着目し、具体的な事実を共有することに腐心する。

もちろん、それは、そこに集まった人たち、さらには、その時々テーマによって、どうしていくのがよいかは異なってくる。大切なことは、いま、自分たちが行っているコミュニケーションがどうなっているのか、第三者の視点から見たものをしっかり伝えて、次なるコミュニケーションに反映し、改善していくことだ。そうなれば、安易に「最後は多数決」に至らず、深刻な少数派の意見に耳を傾けることができるかもしれないし、参加者それぞれが納得した形で対立の種を残さずに次に進むことができる。そうした意思決定のサポートが、いまの同社が担う価値でもある。

会社にする＝人格が見えてくる

まちと暮らしをテーマとした不動産業に関わるこれらの取り組みは、齊藤さんや仲間の個人的な仕事でも担えるように考えられるが、なぜ、N9.5という企業の器が必要になったのだろうか。さらには、齊藤さんの場合、彼女が代表者であれば、企業と個人は同じもののように思えてしまうが、それでも器がある意味はどんなところにあるのだろうか。

そこには二つの意味がある。一つには、器で仕事を引き受けることによって、N9.5の仲間への連帯責任が生じること、もう一つには、企業の人格のようなものを作ることができることにあ

る。個人で仕事を引き受けるのであれば（個人と個人のパートナーシップで取り組むことも含めて）、それは自分自身のリスクで判断すればよいことになる。しかし、企業として引き受ける以上、企業としてのレピュテーション（評判）を仲間みんなと共に連帯して引き受けているという自覚につながってくる。そして、その引き受けるときのモノサシが企業の人格なのだ。N9.5の理念に沿った仕事か、N9.5の将来を考えた時にやりたい仕事か、そこを考えて、一つひとつの仕事に向き合うことになってくる。

企業の人格は、すべて、社会との関係性でできている。言い換えれば、企業の社会における存在意義のようなものだ。N9.5やまち暮らし不動産という名前に込めた思い、それこそ、社会において、不動産事業者として、人の暮らしと人と人のつながりを強く意識した価値の提供を志しているからに他ならない。

これまで、日々の暮らしに彩りを与える人と人のあいだの「明るい場」をいろいろ作ってきた同社だが、せっかく作った「開かれた共」は、サボって放っておくとすぐに消えて無くなってしまふ動的な存在でもある。これを維持するための付加価値は、残念ながら、現代の社会では、まだまだ評価されるものにはなっていない。同社は、その先駆者として、これからも具体的な道す

じを見せ、そして、地道にその場その場のコミュニケーションに携わり、ひいては、そうしたことを担える人材を育てていくことだろう。居場所や人のつながりを失いがちで、また、つながる経験を持たない人が増えた現代社会にあって N9.5 が担う役割はますます大きい。