

視・点

「アモーレ下北」という歌をご存知だろうか。ミュージシャンと

しても活動

する音楽ヲ

イターの志田歩さんが、東京・下北沢の街

への愛を込めて、06年

2月に書き下ろした。

街のさまざまな人の

思いを簡潔に表現した

歌詞が胸を突く。坂本

龍一や映画監督のヴィム・ヴェンダースなど、国内外の著名人とともに、多数の一般人が声を上げる「シモキタ再開発問題」を象徴

アモーレ下北

するものとして聞いた。

街の変化をわが身の

事と感じて、地権者も

テナントもお客さんも

行動する、これはもう

「街のブランド」だろ

う。記者の友人は「銀座や表参道はきれいだけれど、自分の街という感じがしない。シモキタはほっとできる」と話す。

曲折を経て、多様な要素が入り交じって形成されたシモキタは、大資本によらない商業集積、ストリートファッションの街としての魅力も放つ。動きを追い続けたい。