

東京都 実験区 下北沢

ようこそ。

遊ぶと働くの

未完地帯へ。

特集

ミカン下北

Index

P4-P7 (インタビュー)

東洋百貨店 別館

目指すは、銀河で最もクールな街!?
下北沢のキーマンが思い描く理想の街づくり。

Island Burgers

券売機で“アート”が買えるグルメバーガーショップ
「Island Burgers」の新たな実験。

SYCL by KEIO

下北沢の地で「働く」と「暮らす」をオモシロく。
誰かの“やってみたい”が街や人とつながる「SYCL」とは。

楽観

グローバルな視野を武器に、ラーメンをアップデート。
この街に「楽観」というジャンルをつくる。

P8-P9 (対談企画)

TSUTAYA BOOKSTORE × Bar Fairground × 京王電鉄

「東京都実験区下北沢」が生まれるまでと、これからと。

P10-P11 (ミカン下北 施設情報)

特集

下北沢高架下に、 “未完の街”を進化させる 新施設「ミカン下北」。

「実験」をキーワードに、
下北カルチャーを牽引する物販店・話題の飲食店・
開かれたワークプレイスで構成される新施設。
下北沢に新たな風を吹かせるプレイヤーたちの
街への思いと、彼らの「実験」に迫る。



ようこそ。 遊ぶと働くの 未完地帯へ。

地元の顔も、新参者も。
常連さんも、一見さんも。
ここは、ジャンルや価値観を越えて
混ざり合う場所。
遊んでもいい。
何かを生み出すために働いてもいい。
目的があっても、なくてもいい。
ルール無用。正解よりも面白い方へ。
ミカン下北は実験的な空気で
あなたを歓迎します。



実験_#01

東洋百貨店 別館

目指すは、銀河で最もクールな街!?
下北沢のキーマンが思い描く
理想の街づくり。

左から東洋百貨店・オーナー 小清水さん／素今歩・店長 川上さん

古着から手作りのアクセサリーまで、およそ20の小さなお店がひしめく「東洋百貨店」。下北沢のランドマーク的存在として人々に愛されてきたこのお店が、ミカン下北に待望の2号店をオープンする。2004年から15年以上にわたって下北沢の変遷を見届けてきた両者は今、何を思い、どんな未来を描くのか。東洋百貨店オーナー・小清水克典さんと、ハンドメイド作家のためのレンタルボックス「素今歩(すこんぶ)」の店長・川上佳祐さんが語った。

まるでダンジョンのような雰囲気は唯一無二です。オープン当初はどんな構想を抱いていたのですか？

小清水 > この場所、元々は駐車場なんです。でもそのまま駐車場として貸し出すのも面白くないと考えると、ふと思いついたのが、戦後の闇市や食品市場として栄えた下北沢のDNAを残せるようなお店にできないかというアイデアでした。

今のような業態になった経緯を教えてください。

小清水 > 2000年代前半の下北沢は、ビジネスをやりたい若手が沢山いたんです。ただ、アイデアも熱量もあるんだけど、いかにせんお金が無い。それならビルの中をみんなでシェアしてもらって、自分たちで内装や仕入れもすべてやってもらう代わりに、資金の面などで条件をグッと緩くしたんです。個人店がいっぱい増えたほうが絶対に面白い街になると考えているので、その思いを具現化したのがこの業態です。



今回2号店を出店されるミカン下北で、お二人がやってみたい実験や、期待していることはありますか。

川上 > お店の基本的なコンセプトは変わりませんが、素今歩としては初めて日本全国の作家さんの作品が集まる場所になると思います。駅近でアクセスが良いですし、飲食店を含めいろんな業態のテナントが入る予定なので、これまでとは違う客層や流れが生まれるんじゃないかという期待がありますね。



小清水 > 僕たち2人も「みんなの下北沢」というビジョンを持って活動しています。でも実際は「みんなの」とは言い難い部分もあって、昔からいらっしゃる地域の方たちはあまりこの街を使ってないんですよ。古着屋さんにもスニーカーショップにも行かないし、ご飯を食べようとしても若者向けのお店しかないから、新宿・渋谷まで行っちゃう。だからミカン下北や僕らが起爆剤となって、そういう方はもちろん、子ども、学生、サラリーマン、OL、高齢者、みんなで下北沢をワクワクできる街にしたいから。

川上 > 昨年11月に昭和信用金庫さんの駐車場を借りて「シモキタマルシェ」を初開催したんですが、そこに来てくださったお客さんの8割くらいが新聞の折込チラシで知ってくださった地元の高齢者の方でした。下北沢って若者向けのイベントは盛んですが、こういう「市場」みたいな雰囲気を求めている世代がこんなにいたんだって実感して。ミカン下北を起点に、若者向けと高齢者向けのイベントが共存できたら素敵ですね。



店舗としての挑戦だけでなく、街づくりにもつながるお話ですね。

小清水 > アメリカのポートランドが市民主体の街づくりをおこなって成功したように、街づくりって行政から与えられたことだけをやってはダメで、「自分たちの街は自分たちの手で管理・運用していこう」というスタンスが大事なんですよね。

川上 > 素今歩では様々な街でイベントをやらせてもらっているんですが、その中でも下北沢って人のネットワークが強いし、個々人のパワーも凄い。せっかくそうだった強みがあるんだから、街全体が一丸となれたらもっと面白いことになると思います。

小清水 > 下北沢はいろんなことに挑戦できる街なんです。住民や町内会もそれを頭ごなしに否定したり、排除するんじゃないって、温かい目で見守ってくれる。すごく良い協力関係ができていて、そこも強みじゃないかな。

これからの下北沢の変化にも期待が持てそうです。

小清水 > 街って「生き物」だと思いませんか。いつまでもそこで立ち止まっているわけにはいかないし、どんどん生まれ変わって新陳代謝していくべきで。もちろん、古き良き文化とDNAは継承しながらね。

川上 > 今回のミカン下北が完成したときに、「世界で最もクールな街」*の何位になれるかが気になりますね。

小清水 > 1位にしよう! 「世界1位」じゃなくて、「銀河1位」くらいの街を目指したいね。未来の下北沢は、地球人だけが遊びに来る街ではなくって、もしかしたら地球人じゃないかも(笑)。

*タイムアウトが行った全世界対象の大規模な都市調査「Time Out Index 2019」において、下北沢は第2位に選出された

SHOP INFO. 東洋百貨店 別館 [古着・雑貨]
ミカン下北 A街区1F



まるで、鳥のよう、ヤシの木のピックがトレードマークの手作りグルメバーガーショップ「Island Burgers」。パティを冷凍保存しないというこだわりがあり、そのジュースやポリウムが人気の秘訣だ。オーナーの高木耕一さんにその実験を聞いた。

高木さんとIsland Burgersのご紹介をお願いします。

店の創業は2013年ですが、僕がIsland Burgersに携わっているのは2018年からです。もともと串焼き居酒屋を創業して今も何店舗か展開していますが、他の業態にも拡大したいと考えていたときに、このオーナーが「引退を考えているから引き継がないか」と声をかけてもらったのがきっかけでした。そのときは四谷三丁目店の1店舗だけだったのですが、人気もあつたし常連さんもいたので、そんなお店がなくなるのはもったいないという思いもあり、引き継ぐことにしました。下北沢は4店舗目あたり、初の商業施設内での出店です。



一番人気のベーコンエッグチーズバーガー

下北沢店で考えている“実験”はどんなことでしょうか？

グルメバーガーの提供以外で付加価値を感じてもらえる空間を作りたいと考え、下北沢店ではアートに関する取り組みをいろいろと考えています。店内の内装もアートが展示・販売できるように、あえて白壁にして、作品を飾れるレールなども準備しています。

バーガーショップで“アート”とは珍しい! もう少し詳しく聞かせてください。

僕自身アートが好きなんです。以前アメリカに行ったときに、アートとの触れ合いが日本と圧倒的に違うなということを感じたことがあって。アメリカでは日常の中でアートとの接点が多いだけでなく、“アートを買う”という行為のハードルが低いです。収入の一部をアートに使うと決めている人もいて、そういう人たちが多ければアーティストを応援・育成することになりますし、文化の醸成にもなりそうだなと感じました。だから、日本でももっと気軽に街中でアートに触れられたり買えたりできる場所があればいいんじゃないか?それを僕らの店でできないか?という考えから、今回の実験に至りました。

実験_#02

Island Burgers

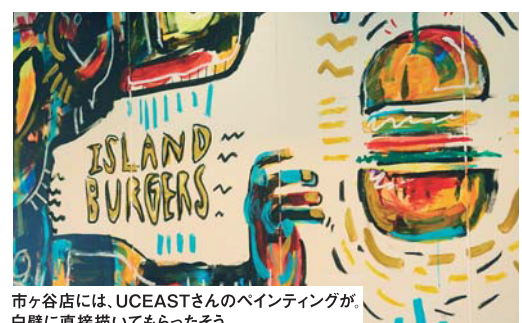
券売機で“アート”が買える
グルメバーガーショップ!?
「Island Burgers」の新たな実験。



Island Burgers・オーナー 高木さん

店舗でのアートの取り入れ方はすでにイメージされていますか？

下北沢店是非接触のサービスを行うために自動券売機を置くのですが、その券売機のメニューボタンに、アートの販売メニューも載せようかと。ハンバーガーメニュー、ドリンクメニューの並びに、「アートメニュー」も作って、ボタンを押したらアートが買える、という仕組みを作ったらおもしろいかなと思っています。例えば、1,000円台のセットメニューが並ぶ中、タッチパネルに急に300,000円のアートメニューが出てきたら「え?!なに?!」となりますよね(笑)。まずそこで興味を惹いて、そのボタンにアートが飾られている場所を入れておくことで、「あ、あのアートには300,000円の価値があるんだ」と知ってもらうことができるし、アートは誰でも買えるものなのだとことを知ってもらえるきっかけになるかな、と。それで時々本当に売れちゃったりしたらそれはそれで嬉しいことだし。日本ではアートに触れる機会が少ないから、存在自体が「難しくてよくわからないもの」になってしまっているんですよね。だから手も出ないし、買うという発想も生まれません。だったら触れられる場所を作ること、日本のアートに対する価値観を変えていければいいなと思っているんです。



市ヶ谷店には、UCEASTさんのペインティングが白壁に直接描いてもらったそう。

なるほど、飲食店であれば、アートに興味なくてもごく自然に触れることができますね。

小さい活動ではありますが、日々の生活の中にアートが存在する事例を作っていくといいな。飲食店がインターフェイスになって、少しずつでも文化が変わったらおもしろいですよね。

飲食店から始まる新たな文化醸成がとて楽しそうです。

日本のアーティストの育成に少しでも寄与できたらうれしいですし、いつかは海外のアーティストもここで展示したい、となるまで価値をあげていきたいですね。「食べておいしい」の飲食店の価値は今、当たり前になっています。だから「食べる×○○(何か)」を生み出したいというのが僕の考えで、今回はその「何か」の部分が「アート」なんです。「おいしいプラスα」の付加価値がたくさんあるお店へと育てていき、店舗も街も盛り上げていければと思います。

SHOP INFO. Island Burgers [グルメバーガー]
ミカン下北 D街区1F



ヒトカラムメディアの事業内容を伺えますか？

高井 > ヒトカラムメディアは、主体的にチャレンジをする人やチームを増やしたいというコンセプトのもと、オフィスの場作りや街作りをしています。具体的にはオフィスの移転の仲介、内装、施設のプロデュースや運営などで、クライアントの未来像を後押しできるきっかけを作るべく、事業を進めています。

SYCL by KEIOの企画の経緯を教えてください。

高井 > もともと京王さんから「下北沢に面白い企業を呼びたい」というお話をいただいた。2年半ほど前から検討を始め、2020年秋頃から「SYCL by KEIO」を作るとい形で具体化していきました。

田久保 > 街に循環(サイクル)を起こしていく起点の場になるようにと想いを込め、京王さんと一緒にコンセプトを作ってきました。個人から小規模の企業までの働く環境をフルラインナップで揃えた、コワーキングスペース・シェアオフィス・スモールオフィスです。



4Fのフリーアドレススペースのイメージ

馬場 > SYCL by KEIOは、「誰かの“やってみよう”が街とつながる」というコンセプトの通り、街との関係性がポイントです。すでにミカン下北の店長さんたちとのつながりが生まれていますし、ミカン下北の開発をきっかけに、街の人・商店街の方々、地域メディアの方々ともつながった状態からスタートできるのは他にはない特色かなと思います。

街やミカン下北におけるSYCL by KEIOの役割についてはどのようにお考えですか？

影山 > 街の人たちと交流していると、下北沢にはやりたいことに向けて動き出している人はもちろん、これからやりたいと思っている人、応援する人もたくさんいることを実感します。そうした「人」から「コト」を起こすために、やりたいプレイヤーをどう発掘しようか、誰とどう交差させるのか…。そこを考えアクションしていくのが私たちの役割だと思っています。

高井 > 街とつながって何かを生み出していくためには、「プレイヤー×アセット」という考え方が大事だと思います。プレイヤー同士をSYCL by KEIOの中だけで繋ぐのではなく、ミカン下北や街にある資産＝アセットと掛け合わせて何ができるか、という視点に立つことがポイントだと思います。

「遊ぶように働く」というに働くという表現した新ワークプレイス「SYCL by KEIO」(サイクル by KEIO)。そのプロデュースと運営を担うヒトカラムメディアは、この場所でのどんな未来の構想を描くのか。高井淳一郎さん(代表取締役)、田久保博樹さん(取締役)、馬場澄礼さん(SYCL by KEIOコミュニティマネージャー)に、それぞれの視点からの考えを聞いた。



京王電鉄と企画して、出店者とアイデアプレストを行う「下北発想会議」も実施。今後はSYCL by KEIOの会員も巻き込んで開催していく予定だ(画像:編集部提供)

“コト”を起こすためにはどんなアプローチが必要なのでしょうか？

田久保 > 大きく3つあると思っています。まずは「楽しい」ことを入口に始めること。「課題を解決しよう!」よりも「これ面白そう!」の方が人は動きますし、全然捉え方が変わってくるんです。2つ目は、コトをおこしたい人を見つけるために“耕す”こと。まだ表に出ていない、人それぞれのやりたいことをひとつひとつ掘って集めていくことが必要です。そして3つ目は、何かコトが起こったときに、周囲の人が巻き込まれやすい状況を作り出していくこと。何かに巻き込まれたゆえに、自分一人だと遭遇し得ない経験をして新たな可能性が開くような、良い意味での“巻き込み事故”みたいなものをSYCL by KEIOの施設側でナチュラルに起こしたいですね。

影山 > 全員が発案者や実行者ではなく、巻き込まれて本領を発揮する人もいますもんね。それぞれの人が輝く要素を発掘して、全体としていかにグルーブ感ある場所にするかだと思います。

高井 > 皆を参加させるためにどうやって“自然な流れ”を作るかは、僕らがすごく意識する部分。個人の興味関心(=遊ぶ、に近いもの)を知って、そこから広げていくのはまさに自然なことなので、ミカン下北の“遊ぶと働くの未完地帯”というコンセプトに乗って、僕らも仕掛けていきたいです。

今後、下北沢で実験してみたいことを教えてください。

田久保 > 僕がこの企画段階から頭にあったイメージは、アメリカで開催される大規模フェス「SXSW(サウスバイサウスウエスト)」)。音楽、映画の他に様々なテクノロジーも体験でき、ビジネスに広がる展開もあつたりする。デジタルとアナログの要素が同居した“ごった煮”の世界観がある。それってどこか下北沢に通じるものがあるし、SXSWのような風土作りに我々が貢献できたらいいなと思います。

高井 > 何よりも僕ら自身がこの街を楽しみながら、楽しそうなところを街の外にも見せていき、より多くのプレイヤーに参加していただけたら本望ですね。

SHOP INFO. SYCL by KEIO
ミカン下北 A街区4~5F、
B街区3~5F
※B街区部分は2022年夏にオープン予定



インタビュー全文はこちら

下北沢の地で「働く」と「暮らす」をオモシロく。誰かの「やってみよう」が街とつながる「SYCL by KEIO」は。



左からヒトカラムメディア 田久保さん / 高井さん / 影山さん / 馬場さん

実験_#03

SYCL by KEIO

最初に、「楽観」設立の経緯を教えてください。

代表の伊東良平と私で2011年にスタートしました。伊東は2、3歳からの幼なじみで、家族ぐるみでずっと一緒に過ごしてきたような関係です。現在、彼はアメリカを拠点に事業を展開しています。

もともと伊東は国内外でバックパッカーをしたり、ピースボートのコックをしながら世界中を回るような旅好き。そんな彼と一緒に過ごすうちに「将来、ふたりで海外に住もう」「何か海外で勝負できる商売をしよう」という話になったんです。

当時私は23歳、自分たちに一体何ができるか、全くの未知数でした。しかし「本気になればイけるっしょ」と、海外進出を前提とした起業を決意し、最終的に「ラーメン」を事業にすることに。自分たちがラーメン好きだったのもありますが、当時ラーメン市場が急拡大していて、ビジネスとしての商機を感じたからです。



澄んだスープが美しい、「琥珀」(画像提供:楽観)

起業と同年の2011年に、1号店の西麻布店をオープンされましたね。

「日本の本物を世界に発信する」というコンセプトで開業しましたが、まずは日本国内で成功しなければ話になりません。ですから、他のラーメン店との差別化を意識してわずか4席、大きな看板も出さない隠れ家的な店舗にするチャレンジをしました。

また、ラーメン店でありながら、商品名に「ラーメン」というフレーズを使わないことも特色です。醤油と出汁の旨味が後を引くメニューは「琥珀(こはく)」、数種類の厳選した塩を使用し作るメニューは「真珠」とネーミング。最初は、宝石屋さんと間違えて入店される方もいたほど、業界では異端なことでした。

その西麻布店は「行列のできる店」として注目を浴び、順調に店舗を増やしていけます。

おかげさまで10年以上たちましたが、この味で完成とも思いません。時代や状況に合わせて、ベストは更新されていくものです。実際、2017年のアメリカ・ロサンゼルスの出店を皮切りにした海外進出でも、楽観の味を現地で再現するのに困難があり、調整を重ねる必要がありました。

どのような点が苦勞されたのでしょうか？

輸出の関係で、日本と同じ素材が使えなかったことですね。当初はどうしても日本と同じ味にならず、悔しい思いをしました。しかし、日本と同じやり方にこだわっても仕方ありません。現地で使える材料を使って、味わいをアミノ酸組成レベルで再構築したり、出汁文化が当たり前ではない海外のスタッフにも確実に出汁が取れるように、出汁パックのかたちで日本から輸送するようにしたり、楽観の真髄を表現することに集中しました。その結果、ようやく海外も軌道に乗るようになったんです。



現地のマーケットをよく観察・調査し、ゆとりとした内装にしたことで、人気店に成長(画像提供:楽観)

2011年にわずか4席からスタート。国内で店舗を増やし、その後アメリカ・ロサンゼルス等、海外に“日本のソルフード”であるラーメンの魅力を発信してきた「楽観」が、2022年満を持して下北沢に進出する。グローバルな視野で多くのトライを続けてきたラーメン店がこの街で何を仕掛けるのか、副代表の村田裕さんに聞いた。

実験_#04

楽観



左から下北沢店店長の熊倉さん / 楽観 副代表の村田さん

グローバルな視野を武器に、ラーメンをアップグレード。この街に「楽観」というジャンルをつくる。

海外での経験が現在の楽観に生かされていることはありますか？

ここ数年、日本でヴィーガン(卵や乳製品を含む、動物性食品を含まない食生活)志向が高まりましたよね。うちはそれよりやや早いタイミングで、本場アメリカにおいてヴィーガン料理に取り組んでいました。それはもしかしたらアドバンテージかもしれません。

下北沢で新たに試みたい“実験”はありますか？

基本的にはこだわりのメインメニューは変わりませんが、下北沢店では新商品として「焼き餃子」を準備中です。また日本でのヴィーガンへのチャレンジの一貫として、焼き餃子にさらにひねりを加えた「ヴィーガン餃子」も開発中なので、楽しみにお待ちいただきたいですね。

最後にこれからの目標をお聞かせください。

「近くにあるから」でも「何かラーメンを食べたいから」でもなく、「楽観に行こうぜ」というような一つのジャンルになることを目指しています。またコロナ前から注力していたECサイトを、国際的に展開することも準備中です。単純な話ですが、世界中のお客様の胃袋が掴めたら、それだけ可能性が広がるはずなので。楽観という店名には「世の中を楽観的に」という思いを込めていますが、我々も自ら前向きに実験を重ねながら、下北沢、そして世界を盛り上げていきたいですね。我々はまだ30代、守りに入る年代ではないと思いますから。

SHOP INFO. 楽観【ラーメン専門店】
ミカン下北 D街区2F



インタビュー全文はこちら

A 街区

古着・雑貨 **東洋百貨店 別館** 1F A-101

下北沢は変わっていきます。どんな風になるかは想像できません。変わらないと言えるのは、この街は人が変わって共に歩いていく場所だという事。今の風景が思い出になっても、いつまでも下北の人でいたいと思います。雑多で懐かし可笑しくて悲しいこの街の遺伝子を東洋百貨店は伝えていきたいと考えています。



イタリアン **PIZZERIA 8** 1F A-103

“男の武骨なイタリアン”をコンセプトに、本格窯焼きナポリピッツァや自家製生パスタをはじめ、こだわりのメニューを気軽に楽しみたいだけの本格イタリアンダイニングです。スタイリッシュで洗練された店内空間で至上的のひと時をお楽しみください。



大衆ビストロ **大衆ビストロハルタ** 2F A-202

大衆ビストロハルタは気軽に日常づかいができるフレンチ版の大衆酒場です。ボリューム満点でコスが最高のビストロ料理とともに、明るいスタッフがお客様に笑顔と元気を提供します!



韓国料理 **韓国食堂 & 韓甘味 ハヌリ** 2F A-204

韓国政府公認の「韓食優秀レストラン」認定です。本場韓国の一級料理人が作り出す本格韓国料理をリーズナブルに提供することをコンセプトにしています。店内は、韓国の伝統的なインテリアを参考に有名デザイナーが手掛けた現代韓国の空間で、食事やお酒をお楽しみいただける工夫が随所に施されています。



生麺フォー・ベトナム料理 **チョップスティックス** 2F A-206

2003年に日本初生麺フォーを開発し、高円寺に開業。さらに2017年に自家製パンのバインミー専門店として、EBISU BANH MI BAKERYを開業。ミカン下北店では、その自家製の生麺フォーと、恵比寿で製パンする出来立てパンのバインミーを中心に、ベトナムの様々なストリートフードを提供します。



本・雑貨・カフェラウンジ **TSUTAYA BOOKSTORE** 2・3F A-208 A-301

下北沢にTSUTAYA BOOKSTORE初出店。下北沢最大級のコミック売場!話題の書籍を2フロアで提供します。さらに「シェアオフィス」の利便性と「ラウンジ」の居心地の良さを合わせた「SHARE LOUNGE」も併設。ご自身のスタイルに合わせてご利用いただけます。



鶏料理 **ザ・トリフターズ** 1F A-102

宮崎県の自社工場から仕入れる新鮮若鶏を使用した「鶏肉レストラン」。定番メニューから変わり種まで、さまざまな鶏料理をラインナップします。



ベーカリー・カフェ **THE STANDARD BAKERS** 2F A-201

栃木発、厳選した国産素材を使用し、職人たちの豊かな創造性が生み出すクラフトベーカリー。パンの主要食材である「小麦粉」「バター」は厳選した北海道産を使用。生産者との繋がり、地域食材を大切にしています。カジュアルで居心地の良い空間で楽しめるベーカリーカフェです。



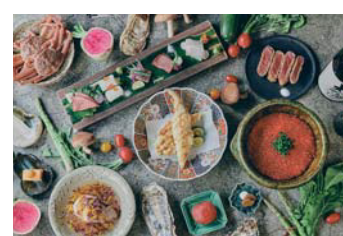
焼小籠包・台湾屋台料理 **ダパイダン105** 2F A-203

焼小籠包・魯肉飯といった台湾屋台の人気メニューを気軽に楽しめるスタイルでご提供。一級点心師が皮・餡から開発したオリジナルレシピの焼小籠包は毎日手作りしている本格的なものです。手作り、活気ある調理の様子も見ることができます。ランチや軽食、仕事帰りのちょい飲みなど様々なシーンに対応します。



居酒屋 **下北六角** 2F A-205

三軒茶屋のマルコグループが下北沢に!! 居酒屋というフィルターを通して下北沢の街を盛り上げます! 改札出てすぐです! 乾杯しましょ!!



タイ屋台料理 **タイ屋台 999 (カオカオカオ)** 2F A-207

THEタイ屋台!!! メイドインタイランドをコンセプトにした現地さながらのタイ屋台です。屋台ブームの火付け役となったタイ屋台999が、ここ下北沢で更なる旋風となります。パスポートなしでお待ちしています。



コワーキングスペース・シェアオフィス **SYCL by KEIO** 4・5F A-401 A-501

フリーアドレス席/固定デスク席のあるコワーキングスペースから、プライベート性を確保した1~4名用の個室、10-30坪のオフィス区画まで多彩なバリエーションを有し、充実の設備で働く・交流するための機能を揃えるワークスペース。コミュニティマネージャーが常駐し、人とコトへ繋がるきっかけづくりの支援も行います。



D 街区

ダイニング・カフェ・ホットドッグ **SHIMOKITA MEAT SPOT** 1F D-101

個性豊かな3店が集まる下北ミートスポット。光にこだわった大人が心を通わせるダイニング「Esszimmer」では厳選したシャルキュトリを提供します。「KUON」はテイクアウト他、スタンディングにてお気軽に珈琲(COSTA)やお酒をお楽しみください。「FUJI DOG」ではプレミアムホットドッグを提供します!



グルメバーガー **Island Burgers** 1F D-102

一口かぶりついた瞬間に感じる「肉の旨み」を存分に味わってほしいから、パティは冷凍保存いたしません!! 生の牛肉を毎日手作業で一つずつ、一つずつ...牛肉100%のパティは、天然酒種酵母仕込みのパンズと相性バツグン!! もちもちパンスをカリッと表面だけ焼いて、100%牛肉で挟む本気の「グルメバーガー」を是非!!



ワインショップ・バー **下北沢ワインショップ Bar FAIRGROUND** 2F D-201

1989年創業、下北沢で30年以上続くバーがミカン下北に移転。ウイスキーと果実のカクテル、スイーツを取り揃えます。併設されるワインショップでは、国内では珍しいデザートワインを多種揃えて、シモキタの街にワインを持って出かけるBYO推奨プロジェクトを展開します!



ラーメン専門店 **楽観** 2F D-202

日本のラーメンを世界に広めたい! この言葉を目標に掲げ2011年6月、わずか4席だけのお店を西麻布にオープンしました。厳選した食材のみを使用し、試行錯誤を繰り返してたり着いたこだわりの一杯を是非お召し上がりください。当店の一番人気は特製琥珀(醤油)です。



E 街区

メガネ・サングラス **Zoff** 1F E-101

発祥の地、下北沢にメガネブランド「Zoff」2店舗目がオープン! ショップコンセプトは「Future Laboratory」。メガネの新しい価値を生み出す「研究室」と位置づけ、チャレンジし続けます。



図書館窓口サービス **図書館カウンター下北沢** 1F E-102

“本のない図書館”が、二子玉川・三軒茶屋に続き下北沢にも誕生。世田谷区立図書館200万点の蔵書に簡単アクセス! パソコンやスマホで予約した図書館の本を、会社帰りや買い物の際に貸出・返却できます。区内障害者施設で作った「はっぴいハンドメイド」製品の販売や、地域の情報発信も行います。



美容室 **IT by ALBUM** 2F E-201

「トレンドヘアーを毎月通える価格で提供」それが当店のコンセプトです! リーズナブルな価格でも確かな技術とNYのカフェをイメージしたお洒落な空間でお客様の理想のヘアスタイルを提案させていただきます。ぜひご来店をお待ちしております。フォロワー数48万人を持つインスタグラム(@album_hair)もぜひご覧ください。

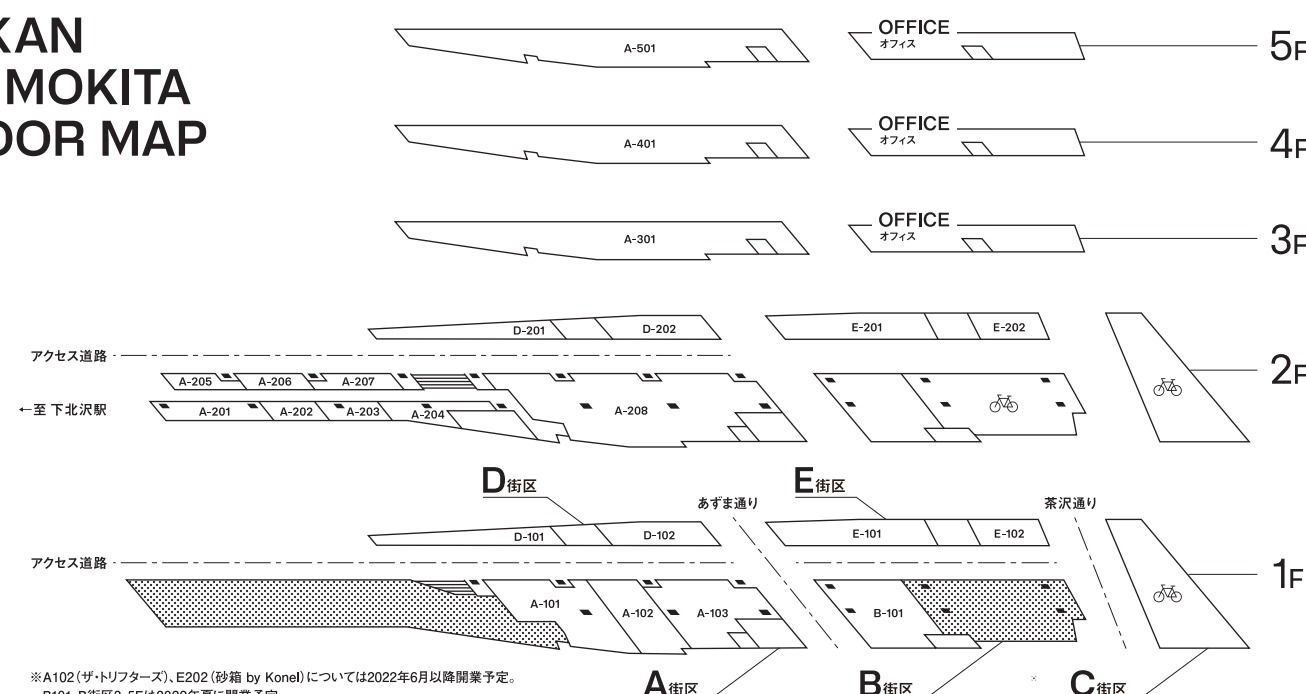


Creative Studio **砂箱 by Konel** 2F E-202

越境クリエイター集団Konelは、クリエイティブスタジオ「砂箱」をオープンします。新たな表現の震源地として、映像制作やライブ配信に対応するスタジオ、立体音響やポッドキャストが制作できるオーディオルームに加え、空間全体を活用した作品展示など、実験的な活動から高品質な制作まで幅広い表現開発を追求する空間です。



MIKAN SHIMOKITA FLOOR MAP



公式サイトはこちら





どんなものも受け入れ、どんな失敗だって許される。
下北沢という街はいつだって、
正解を決めつけず、自由なトライが所狭しと集まって、
他にはないカルチャーを生み出してきた。
その濃くて雑多な空気は、新しい刺激によってさらに純度を増し、
東京を代表する“実験区”へと顔つきを変えていく。
東京都実験区下北沢。
それはこの街のあらゆる実験に密着するメディア。
たった一人の壮大な計画も。
大企業のクレイジーな試みだって。
情熱と好奇心さえあれば、
ジャンルや規模、完成度なんて関係ない。
世界を面白く変えるのは、いつだって「実験」だ。

実験の力で下北沢から世界を面白くするメディア

東京都実験区下北沢



発行 / 東京都実験区下北沢・製作委員会
企画・制作 / Konel
編集 / 丑田美奈子・上野功平・福島由香・古田啓・皆本類・澤邊元太
デザイン / 足立章太郎・亀山圭一・林絵子
撮影 / 岡村大輔・豊島望
印刷 / 栄光プリント