

生活文化資源と アーバンデザインマネジメント

橋爪 紳也

Written by
Shinya Hashizume

都市のリノベーション

「都市再生」の真意は、かつてあった都市のあり方を復活させることにあるのではない。「再生」ではなく、「創生」であり、また「復興」と呼ぶべきであろう。むしろリノベーションという概念こそふさわしい。

戦後の高度経済成長期にあつては、大量生産大量消費時代に応じて工業化社会の高度化を進めてきた。それに対応するために、工場などの都市部への集中をさまたげる政策がとられてきた。いっぽうで工場等の既成市街地内での立地が制限された。東京・大阪を結ぶ国土軸の強化を補完するべく、新産業都市の創出など地方の産業振興を促す施策が進められてきた。国土の均衡ある発達を願い、公害などの社会問題を考えるならば、最善の選択であったのだから。

「集中」に対して、「分散」「多極化」という概念が呈示された。しかし現状では東京一極集中はとどまることはなく、むしろ拍車がかかっている。いっぽう、分散志向の強さが類似の施設を各地に建設する結果となった。私たちが描かなければいけないビジョンは、従来とは異なる都市の創造である。すくさまにとりかからなければならぬのは、次世代に有効な都市基盤の構築である。人口が増え、常に右あがりの経済成長を続け、各地域が類似の都市化と発展を果たしていた時代とは、あきらかに異なる理想をかかげ

なければならない。抽象的にいえば、それは地域ごとの判断によって、地域ごとに独自に未来を描ききる能力である。

次世代型の都市基盤は、都市ごとにはらつきがあり、多様であればあるほど良いのではない。「横並び」「標準化」ではなく、「得意技」を徹底的に伸ばすという選択をなしていくべきだ。そこにあつて土地に根ざした歴史的な資産や、地域の人々が培ってきた生活文化に関わる諸資産を活用することの意味は、ますます重みを増す。

ダイナミズムとしての生活文化

もちろんいかなる資産が地域の歴史であり、地域の生活文化とみなすのか、その判断は難しい。ただ重要だと思つのは、生活文化に関わる価値は固定されたものではなく、絶えず変動していることとみなす視点である。

たとえば都市の歴史的景観について考えてみよう。ローマでもパリ、あるいはフランクフルトでも、欧州の歴史ある都市に旅をすると、私たちは石造や煉瓦造の建築物がならぶ街並みを、なぜか美しいと感じて賞賛したい気分になる。あるいは京都や高山など、由緒ある古都や城下町で、伝統的な町家がならぶ風情にふれた時にも同様の感覚が芽生えてくる。理性で理解しているのか、直感的なものかは判らないが、軒の高さや色、様式や窓や柱の意匠、材質などが似かよって



リバーセンターのサイエンスミュージアム。セントポールにおけるリバーフロント再生のコア施設

がある。それもいつぼつの都市の美観であり、魅力なのではないかというのだ。

初田は東京が近代化する過程を例として、とりわけ明治末、そして昭和初期に転機があったと考える。背景に、多くの来街者を受け入れる「消費空間」の誕生があった。不特定多数の客を相手にする店主や事業者は、客の好みを優先せざるを得ない。建物そのものも広告媒体という役割を担うこととなり、ショーウィンドーの飾り付けやネオンサインなどが進歩した。結果、繁華街の街並みは、おのずとその時代の好みや特性を反映し、バラバラで不統一なものとならざるを得なかったのだ。

より本質的には、「多くの人々が動き始めた」点が重要だと考える。郊外など住まいだけが集中する場所、オフィス街や工場地帯など働く場所、繁華街など遊びに特化した場所に色分けされ、私たちはいくつかの地区をしばしば移動しながら生活するのが日常となった。

また「銀ブラ」という言葉に象徴されるように歩いて楽しむ都心が誕生する。人々が散策する繁華街と遊興の地が一体となった、新しい消費空間「が都心に出現することで、日本の都市は近世から近代へと脱皮したとみるのが著者の確信である。為政者や資本家の側だけではなく、店主や消費者の視点を重視することで、はじめて見えてくる結論である。初田の考えに沿うならば、近代にあつて私たちは、統一された街並みを産みだそうとする発想と、不揃いな街並みをつくりだす傾向を必然的に持っていたということになる。ともに私たちの、歴史から導かれた

指摘は大切な意味を持っている。

私たちは地域の歴史に由来する生活文化資産を、ある傾向に固定して考える必要はない。私たちは世代を越えて、さまざまな文脈から地域の物語を絶えず発見し、同時にさまざまな変化を受容しつつ絶えず新たな物語を創作している。そのダイナミズムを失った時、歴史や生活文化は保存の対象となり、資産としての価値を減じてしまうのだ。

アメリカにおける実践

地域の生活文化資産をいかにまちづくりに活用するのか。私たちはアメリカでの実践に学ぶことができる。一九八〇年代以降、米国のアーバンデザインは従来にない局面を迎えた。それまでのような大規模で面的な再開発ではなく、比較的規模の小さな開発をつなげる都心再生事業が各地であつたのだ。そこにあつて歴史的建筑や街路といった既存のストックを活かし、また市民と公的な事業者とが協働するかたちで進められたケースが少なくない。

たとえば各地で採択されたメイン・ストリートプログラムなどが好例だろう。全米歴史保存基金の支援を受けつつ、歴史的街並みや建築物を活用しつつ中心市街地の再生活動を実施した。歴史的環境保存を契機として、「ミニシティ」を再構築することに主眼が置かれた。それが文化財であるかどうかよりも、人々が自分たち

いるだけで美を感じとる心性を、私たちは持っている。

しかしたとえば初田亨は、著書『繁華街の近代 都市・東京の消費空間』（学芸出版社、二〇〇四年）にあつて、整然と統一された静かな街並み「を評価するだけでは都市の魅力のすべてを説明できないのではないかとする立場から論を展開する。注目するのは銀座に代表される繁華街、そして近代になって発展した百貨店や喫茶店などの商業建築群である。繁華街には一軒一軒が個性的に造作されることで、結果として生みだされた、動きのある刺激的な美しさを

が暮らす地域の価値を見直し、新たな都市の活動を引き出す象徴として、歴史的な資産の再評価が位置づけられていた点が重要だと考える。

先に述べた「消費空間」にあっても、地域の歴史に配慮しつつ新たな価値の創造をする事例がある。著名な成功モデルが、ニューヨーク市のタイムズスクエア地区の再生事業である。かつての劇場街は、なごらく、暗く、麻薬と犯罪の巢窟」と化していた。この地域を対象とする再開発事業は九〇年代になって具体化し、誰もが遅くまで安全に楽しめることができるエンターテインメント・ビジネスの中核へと見事に転身をとげた。

そこにあつては、歴史的な劇場の再生と高層オフィスタワー群の建設というハードの整備に加えて、演劇関係者専用のアパート供給など多様なソフト面での仕掛けが注目された。双方の事業が相乗効果となつて、集客施設と高層オフィスビルが共生する新しい都市空間の創造を果たすことに成功した。都心を単なるオフィス街として再開発するのではなく、来街者が多く集まる健全な観光地という性格を加えることが欠かせないという判断があつたのだろう。

加えてタイムズスクエアでは商業広告などがあふれるサイン広告、夜景を美しくする建築照明こそ界限固有の資産だという判断があつた。行政は劇場を優遇する特別劇場地区の指定に加えて、新たに劇場サブディストリクト・コアを指定した。ブロードウェイと七番街に面した街区にあつて建物の新築・増築をする際には、看板の設置を義務づけた。その大きさや照明のありようも特別なサイン条例によつて定められて

いる。景観保全ではなく、新たな景観創造によつて個性を確立しようとする発想がそこにある。またこの試みは、都市デザインの本質に関する問いでもある。芸術家や建築家が造作する洗練されたものを受容するだけではなく、「市民の支持」「大衆的な文化」「商業的な色彩」も都市の伝統であるという判断がなされたのだ。



船を利用したオールスイートのホテル(セントポール)

市民参加による 地域ビジョンづくり

アメリカ諸都市の再生にあつて、重要な役割を託されたのがNPOに代表される市民の主体的な活動である。二〇〇二年の夏、現地でのアレンジをする機会を得たセントポールのリバーフロント再生事業を紹介しておきたい。ミシシッピの水運において、もつと上流、内陸部の拠点都市となつたセントポール市は河港近傍から発展した都市である。しかしここでも産業構造の変化があり、河川に近い区画は中核となる機能を失つた。都市の再生事業が議論されるようになった際に、注目されたのがかつて産業と輸送ルートとしてのみ重視されてきたミシシッピ川に面した地区である。

一九八〇年代、市はリバーフロントの再開発を意識する。すでに民間資本によつて、住宅やレジャー施設の開発など商業ベースの提案が示されていた。一九八六年、市はこの地区の再生に公共的な意義を見いだし、リバーフロント土地活用プランを示す。空洞化したりリバーフロント地区の建物を買い上げ、浄化した雨水排水管分別プロジェクトやリバー・ストリート橋の改修などインフラ整備を行った。

ただ事業が進展をみるのは、一九九二年、セントポール市出身の建築家ベンジャミン・トンブソンが、非営利団体であるセントポール・リバーフロント・コーポレーションからの委託を受けてプロジェクトを作成してからのことだ。トンブソンは川を媒介としながら、環境と調和したコミュニティ、企業や産業が維持されている「グレート・リバー・パーク（偉大なる川の公園）」という理想像を呈示した。この川筋の谷に集まり住んでいたネイティブアメリカンの文化に刺激を受けたものだという。

市はこのプロジェクトに賛同、一九九四年、セントポール・リバーフロント・コーポレーションに、官民のパートナーシップにあってリーダーとなるよう依頼した。同組織は、活動資金の五パーセントを財団等の公的機関、三四パーセントを企業、九パーセントを政府からの支援でまかなっている。市、郡および州政府、コミュニティ、公益財団、地元の企業、セントポール港湾局、セントポール地区商工会議所などの代表者が参加する理事会で、諸々の事業の可能性を評価し優先順位を定めている。

セントポール・リバーフロント・コーポレーションは市役所と協調しつつ、三カ年をかけて、セントポール・ミッドシティ開発フレームワークをまとめた。その実践に際しては、事業を推進するプロモーター役を担うとともに利害関係にあるさまざまな主体とのコラボレーションと調整作業の核となった。個別独立したプロジェクト群をつなぎ、さらにより本質的にはプロジェクト群と川とをつなげる「コラボレーター」という立場

を買いた。同時に市民や企業の河川再生の気運を高めるべく、イベントやツールを作成するパブリック・アウトリーチ事業を請け負った。

かつてセントポール市では「アーバンビレッジ」という概念を持って、歴史的な建造物を有する中心市街地の再生を成功させた。その延長にリバーフロント再整備の事業がある。川と人々との歴史、さらにはその存在そのものを、まちづくりへの市民参加を促すうえでの象徴としてしようとした。そのデザインとマネジメントにあって、さまざまなコミュニティ、公的な主体や企業との調整をはかるNPOが果たした役割が大きかったわけだ。

個々の市民活動やNPOなどの動きが、コミュニティを再生し地区の環境を改善する可能性を有する。市民の力を結集するプラットフォームを用意することで、その種の活動が集成されていく。そこに都市が本来有しているであろう、自己更新の能力を見いだしたい。

アーバンデザインとマネジメント

アメリカ諸都市の中心市街地再生にあっては、地域固有の歴史を読みとき、また時に歴



船上のシアター（セントポール）

史的な建造物群を転用しながら、市民を主体とする組織も主要な役割を担ってきた。北沢猛のグループは、米国にあって進められてきた「中心改善地区（BIRD）」の整備に見受けられた基本的な考え方を左記の二項目に整理している。（北沢猛＋アメリカン・アーバンデザイン研究会『都市のデザインマネジメント』学芸出版社、二〇〇二年）



NPOが関与。街全体で展開されたアートイベント。アート化されたスヌーピー、チャーリー・ブラウン、ルーシーの人形が、3年間で300体あまり、路上に出現した(セントポール)

コンパクトで歩行者を中心とした空間をつくる

インフィル型の開発により、地域の個性や文脈を強調していく

歴史や文化を尊重し、芸術など新しい活動を活性化する

多様な生活スタイルを受容する環境をつくる

コミュニティが維持され、新たなコミュニティが生まれる環境をつくる

公共交通など既設のインフラを徹底的に活用し、環境の負荷を軽減する

人材を十分に活用できる雇用によって安定した経済を築く

安定した環境や持続的な地域社会によって、税基盤を強化する

コミュニティ、NPO、民間、公共セクター

の信頼関係と協働を行う
資源、資金、人材などの
徹底した有効活用を行
う
他にはない個性を維持し、
また空間的な魅力を創
造していく

大規模な更新ではなく、
地域にすでにあるものを最
大限活用しようとする姿
勢が見受けられる。さらに
北沢らは、さまざまなセク
ターの活動や意欲を単独の

ものにするのではなく、相互に関連、刺激し
あいながら相乗効果を高める役割を担いう
る専門家であり組織の重要さを指摘している。
基本目標を整理し、戦略をたてて、その地区
における空間や環境の可能性を具体的に呈
示し、連鎖や持続的な展開を行う作業を重
ね、新たなアーバンデザインの領域を拓いてい
く。その行為を総称して、「デザインマネジメント」と定義している。

日本では、これまで地域コミュニティに立脚
したアーバンデザインを「まちづくり」と呼ん
できた。そこにあつて、まちづくりを「コディ
ネートする専門家集団が関与する場合も少
なくない。ただその単位は商店街など、特定
の利益団体になりがちである。空洞化した都
心地域における再生事業を想定する場合、
専門的知識を持って地域の特性を冷静に分

析し、異なる利害を持つ組織や行政や企業と
の協働を組み立てる「デザインマネジメント」
の概念は希薄ではないか。今後、日本の都市
再生にあつても、都市の個性や多様性を是と
するならば、さまざまな市民活動がおりなす
事業の綾を持続的に空間デザインのなかに織
り込んでいく作業すなわちデザインマネジメント
の発想が不可欠となるのではないか。

本義にたしかえるならば、都会とは多くの
人々が希望を持って集い、出会い、場所に由来
する魅力と価値を共有するコミュニティであ
る。その再編を意図する実践にあつて、伝統
に依拠した界限の雰囲気や、歴史的な街並み
さらにはヒューマンスケールの生活の場の復興
が人々の意識を集める契機となる可能性は
高い。デザインマネジメントという概念と生活
文化に由来する資産の活用の方が、親和性が
高いと考える所以である。

(文中敬称略)

◇橋爪 紳也(はしづめ しんや)

大阪市立大学大学院文学研究科アジア都市文化学専
攻助教授、工学博士。一九六〇年大阪市生まれ。京都
大学工学部建築学科卒業。同大学院修士課程、大阪大
学大学院博士課程修了。建築史・都市文化論専攻。イ
ベント学会理事、日本ディスプレイ業団体連合会理事
など公職多数兼務。著書は『倶楽部と日本人』(学芸
出版社)、『大阪モダン』(NTT出版)、『日本の遊園
地』(講談社)、『集客都市』(日本経済新聞社)、『モダ
ン都市の誕生』(吉川弘文館)など。