

特集 まちづくりと地域ブランド

Ⅱ

「地域ブランド」によるまちづくりとは

まちの固有性を生かす「ミクロの都市再生」 矢作 弘

地域のブランド化とまちづくり文化の形成 井口 貢

官民連携による地域再生と「地域ブランド」の確立 小野 由理

イングランド・湖水地方のブランディング 前田 弘

未来をデザインする都市ブランド戦略 喜多 俊之

地域力をブランドに 細野 助博

豊岡におけるアントレプレナーシップ 井上 芳郎

観光まちづくりにおける地域ブランドの要素と役割 羽田 耕治

まちを歩くことはまちを磨くこと 川良 真理

食と農に根ざした地域のブランド力とは 原 楨



まちの固有性を生かす 「ミクロの都市再生」

矢作 弘 Written by Hiroshi Yahagi

巨視的都市論と 微視的都市論

昨年、ジェーン・ジェイコブズが八九歳で亡くなった。終生、在野のジャーナリストとして都市問題に関する評論を書き続けたことで、日本でもその名前はよく知られている。二〇世紀中葉のスラムクリアランス型の大規模都市再生プロジェクト（「マクロの都市再生」）―クレインにぶら下げた鉄塊を振り回して古いビルをぶち壊し、跡地に高層ビルを群立させる―を糾弾した著書『アメリカ大都市の死と生』（黒川紀章訳、鹿島出版会）は、都市研究者には必読書となっている。そのジェイコブズの思想を受け継ぎ、行動派のジャーナリストとして『都市再生』（林泰義監訳、晶文社）を書いたロバータ・グラッツは、「都市の養育（urban husbandry）」ということを主張している。

『都市再生』の原題は『The Living City』である。どの都市にも、天賦の可能性がある。可能性を「まちの固有性」と言い換えることもできる。生き生きとした都市をつくり出すためには、まちの固有性を発見し、それを大事に育てること。それが「都市の養育」である。「都市の養育」の考え方は、小さな変化の積み重ね―すなわち、多くのひとびとが少しずつ力を出し合い、時間の積層を通じてまちを熟成させる―との大切さを教えてくれる。まちは急に変われない、都市再生に即効薬などないのである。

『都市再生』に次のような文章がある。

「部分を理解して強化することを通じて全体を啓発し豊かにする方法を知る。微視的（ミクロ）な都市論である。しかし、現実に関歩しているのは巨視的な都市論である。銀行家、デベロッパー、都市計画家の考え方で、彼らがあるべきと考える全体を実現するために、トップダウン方式で将棋の駒のように部分を並び替える。都市には迷惑な話である」

ミクロの都市再生

バルセロナの都市再生プロジェクトを調査したことがある。バルセロナのあるカタロニア地方は独立意識が強く、言語、および文化的にもカタロニア主義を堅持し、それ故にフランコ独裁政治下、政治的にも経済的にも抑圧された。フランコ政権が崩壊した一九七〇年代半ばには、バルセロナの都市構造はひどく荒廃していた。疲弊した住宅の過密、麻薬、売春、犯罪などの社会問題を抱え、フランコ後のバルセロナにとっては都市再生が緊急課題となっていた。しかし、経済の衰退が著しく、官民共に、都市に投資する余裕を持ち合わせていなかった。

そこで考え出されたのが、後に英国王立建築家協会（Royal Institute of British Architects, RIBA）が「バルセロナモデル」として「金賞」を授与することになった「ミクロの都市再生」であつ



〈バルセロナ歴史地区〉
小さな空地を作り、人が集まる仕掛けを工夫する。そうした試みを連鎖させることで地域全体の底上げを目指す

例を連鎖させるのである。実際、その成功例を実見する機会に恵まれた(写真)。

バルセロナの旧市街、歴史地区にあるピカソ美術館界隈は治安が悪い。写真は美術館の裏手にあたる。薄暗い隘路は、外壁が崩れ落ちて来そうなほど古い建物に挟まれていた。そこを抜けると、一〇メートル×三〇メートルほどの広場に出る。市当局が手の施しようがないほど朽ち果てていた建物を壊し、そこを空地にしたのである。まだボロボロの状態の建物の隣に、綺麗に修復された紅色の建物が並び、一階には、純白のパラソルを広げたカフェがあった。市当局が補助金を出して小さな店を誘致することがある。夜半までワインと世間話に興じるひょうが出てくる。ひとの眼があると治安が回復する。子供が遊びはじめる。場所が再評価されるようになり、地域が疲弊していたために建物の修復を諦めていたひとたちが建物を化粧直してアパートやホテルに転換する動きが起きる。

この一角が改善すると、その力が隣の街区に波及する。そしてさらにその隣の街区に。小額の公共投資が民間投資を誘発し、衰退した街区を改善する。改善の連鎖が起き、全体の底上げにつながる。それが「部分から全体へ」を謳ったミクロの都市再生、「バルセロナモデル」である。

部分の小さな改善を、全体の浮揚に結び付けた話を米国の古い都市サヴァナでも調べたことがある(拙著『町並み保存運動 in U.S.A.』学芸出版社)。マーガレット・ミッチェルの小説『風と共に去りぬ』の舞台となった南部の美しい都市である。人口の郊外流失と経済の停滞でサヴァナのダウンタウンにあった建物は、空っぽで荒れ放題になっていた。一九五〇年代半ばには、修復するとても素敵な住宅に甦るような建物も、無造作に壊されていた。そうしたある日後、サヴァナ歴史財団の設立につながる運動を七人の熟年女性がスタートさせた。潰して駐車場になる予定だったジョージ式建築のダイベンポート邸を破壊から救ったのである。「いまはその価値が見過ごされているけれど、サヴァナにはとても大切な建物である」という思いが、彼女たちを運動に走らせた。

ダイベンポート邸の救済運動は次の歴史的建築物の保存修復を促し、その連鎖がやがてサヴァナのダウンタウン全体の活性化につながった。映画化されたジョン・ペレントの小説『真夜中のサヴァナ』(早川書房)が、豪邸に様々な花が咲き乱れる庭園都市としてサヴァナを描くなど、いまでは「北米で最も美しい都市」と表現されるほど素晴らしいまちに再生している。

ミクロの開発と 中心市街地の再生

会津若松市の七日町通りも、蔵や木造商家、洋館などの歴史的建物を保存修復し、商店街の活性化に結び付けて再生した。郊外の商業に敗れてまちなか再生の意欲を失いかけていた地元の人々が、蔵の街として甦った川越市一番街を視察し、その帰途、ふっと「七日町にも古い蔵

た。「バルセロナモデル」を要約的に記述すると、「まちの個性(歴史的建築物、あるいはそのまち並を修復保存し、ひとびとがコミュニティに帰属していることを誇りに感じる環境をつくり出すこと」である。そのためには、スラムクリアランス型の大規模都市再生ではなく(当時のバルセロナにはそれをする財政的な基盤はなかった)、漸進的な小粒だがキラッと輝くコミュニティに依拠した(community-based)都市再生、そしてそれをネットワーク化することが大切になる。真珠の首飾りのように、再生の、小さな成功事

や洋式建築が残っている」と歴史資産があることに気が付いた。そのとき、会津若松市中心市街地の再生運動がはじまった(庄司裕「七日町通りまちなみ協議会」『中心市街地活性化三法改正とまちづくり』学芸出版社)。まちの固有性の発見であった。

しかし、その後の再生運動は、順風満帆というわけには行かなかった。最近魔法となったが、地方都市の中心市街地とは別に郊外開発などを促進し、そこに行政、商業、業務機能を再配置することをねらった地方拠点法という法律があった。新しい都市拠点づくりを進める都市には、国が補助金を出し、低利融資をするなどの施策が準備された。会津若松市も手を挙げ、会津若松駅裏に大規模再開発を計画した。そこに市役所やほかの行政機関を移転し、大型商業施設を開発する計画であった。「トップダウン方式で都市機能を将棋の駒のように並び替える」マクロの都市開発計画であった。

当時、会津若松市の中心市街地は既に賑わいを失っていたし、駅裏の大規模再開発がまちなかの衰退を加速することは確実であった。また、緒についたばかりだった七日町通り再生運動の芽を摘む恐れがあった。この駅裏大規模再開発計画は市長選挙の争点となり、幸い開発派の市長が敗退し、計画は頓挫した。連鎖的に歴史的まち並の修復、再生がはじまったのは、選挙戦の後のことであった。

総務省が実施した行政評価では、改正前の中心市街地活性化法によって実施された中心市街地活性化対策は成果を挙げることができず、

全国各都市、ほぼ全敗であった。そうした中で酒造組合が中心となって立ち上げた京都市伏見区のまちづくり組織「伏見夢工房」は、数少ない成功例として紹介されることが多い。まちの歴史的な固有財産であった古い酒蔵をレストランやカフェなどに転用した。そこでコンサートを開いている。蔵道散歩を楽しめるように蔵をライトアップし、街路を花灯笼で飾った。汚れた川を清掃し、河岸を整備した。川に船を浮かべ



新しい京都観光の名所になった伏見の堀端に並ぶ酒蔵群

た。大規模な再開発事業はなにひとつ行われていない。小さな再開発の積み重ね。小さなイベントの継続。それが伏見夢工房の成功につながっている。

消費者の日本酒離れ対策に苦慮していた酒造メーカーは、若者層、特に若い女性を対象に新しい日本酒市場を創造することをねらい、おしゃれなデザインのパトルに詰めた酒を開発したり、若い女性タレントを宣伝広告に登用したりするなどしていた時期であった。それまで京都観光としては場末のイメージを免れなかった伏見である。若い女性に注目されるトレンドになまちとして伏見の地域ブランドを活性化できれば、酒造メーカーの若者をねらったマーケティングと相乗効果を発揮する、という読みが酒造組合にあったに違いない。伏見夢工房では、そうした戦略がミクロの都市再生プロジェクトを通して功を奏している。

CEL

□ 矢作 弘(やはぎ ひろし)

大阪市立大学教授、ジャーナリスト。一九四七年生まれ。横浜市立大学商学部卒業。日本経済新聞社に入り、流通経済部、ロサンゼルス支局長、編集委員などを歴任して現職。主な著書は、『ロサンゼルス(中公新書)』、『大型店とまちづくり』(岩波新書)、『産業遺産とまちづくり』(学芸出版社)、『持続可能な都市』(共著、岩波書店)、『成長主義を超えて』(共編著、日本経済評論社)など。