



「パブリックスペースのたのしみ」を特集した情報誌『CEL』84号には、当時、御堂筋で試験的に導入された側道利用のカフェの様子が掲載されている。



『CEL』を振り返る……第4回 変わる「パブリックスペース」のたのしみ

小西久美子
Konishi Kumiko

近年、河川や公園、街路などの公共空間の規制緩和が進み、民間空地との一体的な活用が進められている。

2008年3月発行の『CEL』84号では「パブリックスペースのたのしみ」という特集テーマで、さまざまな事例や考え方が紹介された。

15年以上経った現在、パブリックスペースへの関わりの変化をあらためて振り返ってみたい。

さまざまなタイプが存在するため、人によって捉え方は異なるだろう。河川や公園、街路のように行政が維持管理の責任を負う公共空間は、誰もがパブリックスペースとし認識するところであろう。市役所などの公共施設もパブリックスペースであるし、駅やデパートのように民間の建物であっても不特定多数の人が自由に出入りできる空間、劇場やコンサートホールのようにお金を払えば利用できる空間、分譲マンションの共用庭のように地

権者である住民たちが共同で使う場所などもパブリックスペースと言える。タワーマンションやオフィスビルの周辺に設けられた公開空地もパブリックスペースのひとつである。これらのスペースは「パブリック」であるが故に、個人が勝手に占有することは許されず、さまざまな制限が課されることが多い。こうした制限が行き過ぎるとみんなのものではなくなる。パブリックスペースが、誰のものでもない存在になるおそれがある。

パブリックスペースの公共性とは何か

『CEL』84号の中で国際日本文化研究センター教授（当時）の白幡洋三郎氏は、公園や公民館など「公」のつく施設に対して日本人のイメージする公共性の要件として、「役所が責任を持ってつくる」「無料である」「利用者は奉仕・責任など負わない（設置者ではないから利用すれば良い）」の3点を挙げている。パブリックスペースには公共空間以外の幅広い形態が含ま

2008年当時の社会背景

バブル崩壊後、長く停滞する日本経済において、民間投資を適切に誘導し、都市の開発を強力に推進（都市再生）するため、2002年6月に都市再生特別措置法が施行された。これにより「都市再生特別地区」に指定されると、既存の都市計画を大幅に規制緩和できるようにになり、大都市を中心に「都市再生プロジェクト」が推進されていった。都市再生の目的は「都市の魅力向上」と「国際競争力の強化」であった。

一方、空洞化が課題の中心市街地においては、1998年に「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する法律（以下、旧中心市街地活性化法）」、「大規模小売店舗立地法」「都市計画法」のいわゆる「まちづくり三法」が制定、「市街地の整備改善」と「商業の活性化」に向けた取り組みがなされてきた。しかし、居住人口の減少、公共公益施設の移転や、郊外での大規模商業施設の立地といった要

因により中心市街地の衰退は進んでいった。そこで2006年、旧中心市街地活性化法を改正し（「中心市街地の活性化に関する法律」に名称変更）、中心市街地における商業活性化とあわせて「街なか居住」を推進し、コンパクトに都市機能の集積を図ろうとした。さまざまな都市機能がコンパクトに集約した、歩いて暮らせるまちづくりを進めることが方向付けられ、まちづくり会社や商工会（または商工会議所）、市町村などの多様な主体の参画が促されていった。『CEL』84号で「パブリックスペースのたのしみ」が特集された2008年は、都市再生と中心市街地活性化の流れのなか、河川や公園、街路などのパブリックスペースを活用し、まちに賑わいを取り戻そうとする気運が高まっていた時期。パブリックスペース活用の新たな試みが「社会実験」として盛んに行われていた。

パブリックスペースをどう捉えるかの視点

「パブリックスペース」にはさま

れるため、パブリックスペースに求められる公共性はこれだけではないが、多くの人が公共空間とパブリックスペースを同義的に捉えているとすれば、これらの要件はパブリックスペースにも求められる大きな要件と言える。

ただ、この要件からは、コミュニティにぜひとも必要なスペース、近隣住民が集まる交流の場としての雰囲気は乏しく、一過性の利用がなされる場所、各人のわがままな利用に蹂躪される空間の印象が抜けない。人々に愛され利用される広場や公園、街路になるためには、「コミュニティを元気づけ生き生きと利用されてこそ意味を持つ」とし、「さまざまな催しと市民活動の歴史が積み重なることで、広場や公園などパブリックスペースの厚みが増していく」とも白幡氏は指摘している。

「セミパブリック」という概念

『CEL』133号でも「対話で変わる人と組織」を特集したが、パブリックスペースにおける対話

の可能性と「セミパブリック」という概念について、『CEL』84号で劇作家・演出家で大阪大学コミュニケーションデザインセンター教授（当時）の平田オリザ氏が語っている。

それによると、対話は、他人と交わす新たな情報交換や交流で相手と価値観をすり合わせ変化させながら、新たな価値観をもつくり上げることを目標としている。この対話を起こすにはセミパブリックな場が必要である。そして、対話が生まれるセミパブリックな場所の必要条件は「共同体がある上でのパブリックスペースかどうか」「年齢、ジェンダー、人種や民族などの重層性があるかどうか」のふたつであると平田氏は言っている。

当時、京阪電車の新路線である中之島線が建設中で、新しくでき中之島公園内の「なにわ橋」駅周辺で平田氏が総合監修したファッションショーが行われた。対話が生まれるセミパブリックな空間として「駅」を考えるきっかけとして実験的に試みたものであるが、平田氏は、開業した駅構内

に「カフェ」をつくるのが最終目標だと述べている。「哲学カフェ」「サイエンスカフェ」などテーマを決めて対話ができるような場づくりである。毎日、多くの通勤客が利用する駅で、多様な人が参加できるよう幅広いテーマにし、参加者は意見を言っても言わなくてもよく、結論を出さないというスタイル。

この「対話の生まれるセミパブリック」の概念を具現化したようなカフェは、2008年10月の駅開業と同時に地下1階コンコースにオープンした「アートエリアB1」の中で、「ラボカフェ」として実現している。15年以上経った現在でも、平日夜を中心に、哲学、アート、サイエンス、音楽、漫画、演劇、減災、医療、福祉など、多岐にわたるテーマに基づき、対話、レクチャー、ワークショップ等の多彩なプログラムが実施されている。

真の「まちの活力」とは

当時、社会実験を通してパブ

そして、カスタマイズが受け入れられるパブリックスペースの条件として、人の行動を誘発するようなデザインと、その行動を受け止められる強靭さが求められ、市民が役割を自覚したマネジメント体制が確立していることを挙げて

自由空間としてのパブリックスペース

あらためて振り返ってみると、当時の日本では、提供する側も利用する側もパブリックスペースの使い方（使わせ方）に慣れていなかったと感じる。パブリックス



上/御堂筋、淀屋橋近くに置かれたパークレットは気軽な語らひの場に。中/路上のアート作品は「歩いて楽しい」ストリートを演出（写真はガスピルの筋向いに置かれた朝倉響子作品）。下/なんばエリアの側道に拡張して設けられた、歩行者と自転車のためのレーン。撮影/宮村政徳

リックススペースの有効活用の模索が活発に行われていたが、言い換えれば、それまではパブリックスペースが有効に活用されてこなかったということになる。なぜ、パブリックスペースが有効に活用されてこなかったのか？

「賑わい」の本質とは何だったのか？ 以下、政策研究大学院大学教授(当時)の篠原修氏の論考をもとに振り返ってみる。日本におけるパブリックスペースは全ての人々に可動態として開かれ、誰が利用してもよいスペースであるため、何の特色も持たない無性格な場所となっていた。誰のものでもあるがために、誰のものでもないという皮肉な状態。そのため市民は愛着が持てず、有効に活用されてこなかったと言える。

かつて中心市街地は、さまざまな小売りの商店により形成され、商店と前面街路が賑わいの場であった。街路というパブリックスペースは沿道の商店と一体となり特色ある空間を形成していた。しかし、郊外にできた大規模商業施設により、やがて中心市街地の賑わいは失われていった。そのため、

「社会実験」を通して賑わいを取り戻すことは、表層的には、商店街の活気を取り戻すことを目指していた。

では、賑わいがあれば、まちに活力が生まれるのか？ 篠原修氏によると、表層の景気の良さは「活力」ではない。「活力とは他人を勇気づけ、自身を奮い立たせ、新しい生き方、ユニークな思想を生み出す力である」として、「まちが活力を持つためには、そこに住む市民が活力をもっていなければならぬ。活力を持つ市民が存在し、その様な市民が集まることを許容する場があることでまちの活力につながるのである」という。

パブリックスペースのカスタマイズという発想

一方、同じ号で、関西学院大学総合政策学部総合政策学科教授(当時)の角野幸博氏は、誰のものでもなくなってしまうパブリックスペースを使い勝手が良いように少し手を加えることを「パブリックスペースのカスタマイズ」と呼んでいる。「私の店、私

び、使いこなし、浸透させる機会として、社会実験は有効な役割を果たしているのかもしれない。

当時の社会実験では、規制を緩和して、パブリックスペースを民間に開放し、行政は民(商業)への場所貸し業になっっているものが多く見られた。しかし、表層的な賑わいだけでなく、「まちの活力」づくりが本質ならば、賑わいづくりが苦手な行政にも担う役割はある。官民が連携して、ものづくりとその運営に関与することで、市民が自分のものだと思うことのできる「真のまち活力につながる自由空間」は実現できるはずである。本号の特集で取り上げた「گران

の道、私の街」にカスタマイズすることで、建物や道路や公園がより魅力的かつ快適になる。

空間の改変を伴わない最も簡単なカスタマイズは、「名前をつける」こと、「お気に入りの居場所を見つける」こと。これだけでその場所が身近な存在となり、その環境に注意を払うようになり、愛着が生まれる。空間的な改変を伴うカスタマイズとしては、「自分たちで独自のしつらえを施したり、装いを施し」、そうしてつくられた空間を「ステージのように使いこなす」ことを挙げている。

都市のさまざまなパブリックスペースの中に、どれだけ多くの「お気に入りの場所」を見つけて、使いこなせるかが都市に暮らすことの魅力であると角野氏は言う。「お気に入りの場所を使いこなすためには、それぞれ場所に対しての働きかけが必要」であり、「その過程では、他人とのコミュニケーションが生まれる」。だから、この空間のカスタマイズは、決して自分勝手なわがままな行為ではなく、むしろ、ルールや作法のようなものが要求されるのである。

「ドプラザ」は、まさに行政と民間の役割分担で成功を収めている好事例と言える。

『CEL』84号で紹介された考え方や事例は、「ウォーカーブルの本質」にも通じるものがあると感じる。単に歩きやすい空間が実現するだけではウォーカーブルではない。多様なパブリックスペースに人中心の空間が実現することで、回遊性が高まり、利用者がそれを「カスタマイズ」することで、新たな出会いや発見が生まれ、「真のまちの活力」が生まれるのではないだろうか。

なお、「パブリックスペースのたのしみ」のサブタイトルは、「Designing Public Spaces for Community Development」。まちづくりとも訳される「Community Development」とは、人々がコミュニティを創り出し、協力・連帯しながら、市民生活におけるさまざまな問題を、行政や企業などとも連携しながら解決していくプロセスを意味している。パブリックスペースでの多様な楽しみ方から、社会課題の解決策が見出されることを願っていたのである。