

アーバン・アドバンス

| Urban·Advance | No.18 2000.11 |

[特集] 都市のにぎわい
A Lively Place of the Town

A Lively Place

of the Town

Urban・Advance

No.18 2000.11

[2000・年間テーマ] 都市 新しい世紀に向けて

特集 ● Special Issues

都市のにぎわい

A Lively Place of the Town

11 20世紀から21世紀の街づくりへの移行 —北欧の街を再訪して—

Towards 21st. Century Urban Planning

蓑原 敬 Kei Minohara 蓑原計画事務所所長

19 都市におけるにぎわいの意義 —アジア都市文化論の視点から—

The Meaning of Urban Liveliness — From the Viewpoint of Urban Culture in Asia —

橋爪 紳也 Shinya Hashizume 大阪市立大学助教授

25 にぎわいの再生とルール

Regenerating the Street Life and Its Public Rule

北原 理雄 Toshio Kitahara 千葉大学教授

33 「都市人」はまつりで「市民」になる

Festivals make Townspeople Citizen

竹内 健人 Takehito Takeuchi センチメンタル・ファミリー代表取締役

40 ナディア効果を検証する

The Inspection of Nadia Effect

尾関 利勝 Toshikatsu Ozeki (株)地域計画建築研究所取締役副社長

46 にぎわいと創造 —渋谷を解剖する—

Liveliness and Creation — Analyze Shibuya —

望月 照彦 Teruhiko Mochizuki 多摩大学教授

52 商店街の魅力づくり

Planning of Attractive Shopping Street

飯村 博 Hiroshi Iimura (株)アイシーエム企画代表取締役

60 「広ブラ」の復活に向けて

Revival of Hirokoji Walk

坪井 明治 Akiharu Tsuboi 全国商店街振興組合連合会副理事長

海外便り ● Essay

68 市民経済移行期の中国におけるコミュニティ・ベースのまちづくりの展望

Prospects for Community-Based Urban Management in China's Transitional Period

王 郁 Wang Yu・吉村 輝彦 Teruhiko Yoshimura 国際連合地域開発センター研究員

自主研究 ● Research

77 次世代産業の立地要因に関する検討調査 —名古屋市における情報関連産業の立地特性—

The Research of Locational Peculiarity about "IT"-Industry in Nagoya

中園 昭彦 Akihiko Nakazono 前(財)名古屋都市センター調査課研究主査

まつり と市民



1

- 1 名古屋まつり
- 2 にっぽんど真中祭り
- 3 豊田おいでんまつり
- 4 元気ッス!へきなん



2



3



4



1



2

1・2 かつての広小路通
3 ぶらり広小路



3

広小路通
のかつて
と今

元気な 商店街



- 1 名古屋・大須商店街
- 2 杉並区阿佐谷商店街—100万人が来街するイベント「阿佐谷七夕祭」—
- 3 杉並区阿佐谷商店街—住民に好評のハード事業「新アーケードと装飾」—



2

3

茶香 丸源

和風カフェ。日本茶の
香りでやすらぎを。

**カフェ・ド・
シャンゼリゼ**

気分はパリジェンヌ。
お洒落なパリ風カフェ。

**カフェ・
ロイヤルホスト**

気楽に立ち寄れるアメ
リカスタイルのカフェ。

**open terrace
中日パレス**

都会のテラスでさわや
かな一時を。

**カフェ・ド・
マツザカヤ**

久屋広場を眺めながら、
くつろぎの一時を。

喫茶 ロトンダ

テレビ塔を正面に。久
屋大通公園の眺めを
満喫できるカフェ。



オープン
カフェの
再生



1 久屋大通オープンカフェ
2 コペンハーゲン・プラザ
3 風の緑日
4 カフェ・ロイヤルホスト



1

ナディア 効果



2

- 1 ナディアパーク外観
- 2 アトリウムでのイベント
- 3 路地にできた店舗
- 4 オープンカフェ式の店舗



3



4

北欧の 街づくり

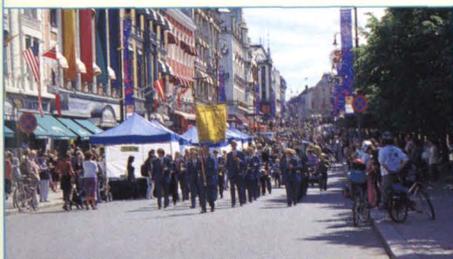


1



2

- 1 ストックホルム、スカルブネック団地
- 2 オスローのオーカーブリック再開発
- 3 オスローの中心を貫く大通りの休日
- 4 オスローの月に一度のトランジットモール
- 5 ストックホルムの旧い商店街



3



4



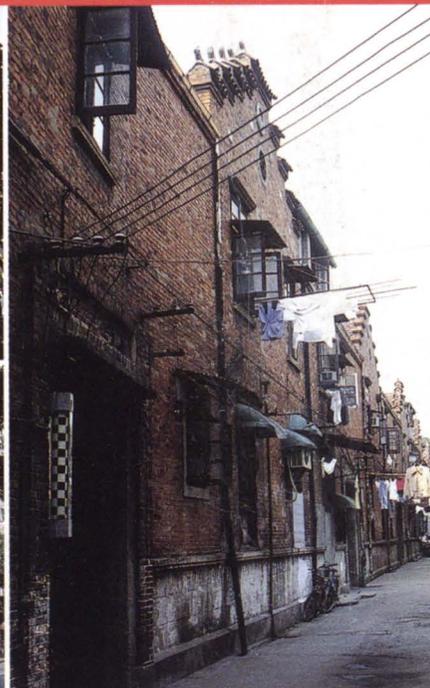
5



[海外便り]

変容しつつある上海のまち

- 1 高層ビルが林立する上海の都心部
- 2 旧租界の面影が残されている地域
- 3 上海を象徴する都市住宅—商住併用の里弄
- 4 都市生活の匂いが漂う住宅地



特集

都市のにぎわい

はじめに

21世紀の我が国においては、人口の減少・高齢化の進展・経済の低成長等が見込まれる中、まちに活気がある、人々が元気であるといったことがますます望まれると思います。そこで平成12年度の年間テーマとしては、「都市新しい世紀に向けて」と題し、各号テーマとしては、都市のにぎわい・ポストバブルの都市開発・既存ストックの活用・市民参加を取上げることとしました。

今回の第18号はこの内、「都市のにぎわい」を特集し、北欧・アジアから渋谷・名古屋へと様々なにぎわいの文化に接するとともににぎわいの場として、まつり・街路・商店街等に焦点をあててにぎわい再生の仕組みや事例について取上げました。都市の中において、にぎわいは時代とともに過去から現在へと様々な形で変化してきました。新しい世紀に向けて都市の魅力の本質は何か、人々は都市に何を求めているのか、「都市のにぎわい」を通して、将来の都市のあるべき姿を探りたいと思います。

20世紀から21世紀の街づくりへの移行

—北欧の街を再訪して—

都市プランナー 蓑原計画事務所所長 蓑原 敬

1 街づくり世界の流行(はやり)言葉

今年の6月、僕が加入している、国際都市開発会議 (INTA) の世界大会がノルウェーのベルゲンで開催されたので、久しぶりに参加して、今、世界の街づくりでどんなことが話題になっているのかを聞いてきた。いつものことだが、洋の東西を問わず、先進国も途上国も同じ様な流行言葉で、自国の問題、自らの都市の問題を語るのが、可笑しいのだが、今年もご多分に洩れず、紋切り型の言葉の連発だった。

一番の流行は、サステナビリティ (持続可能な開発)。しかし、この言葉に余りに多くの意味を与えてしまうので、お互いに何を話しているのか定かたで無くなる。ロシアのサンクトペテルズブルグから来ていた、若い、頭の良い市の都市計画・建築研究所副所長ポリシュック氏が、「これではまるで、羅生門だ」と言って笑っていた。蛇足ながら、黒沢明の羅生門はヨーロッパでは最早常識的な言葉になっているようだ。

当然、自然生態系との折り合い、循環型社会などの意味の他に、市民参加、ひいては社会的、制度的な安定性までがこの概念の下に語られている。

次がPPP すなわち官民提携型の開発の仕組みだ。先進国、途上国を問わず、官の仕事領域を民に移している、あるいは民と手を組んでこなす。官に金もない。だから、民間と手を組まなければことが始まらない状況が発生してい

る。当然、市場経済の重視、競争関係の確立、規制緩和と言う一連のシナリオが語られる。しかし、特に先進国では、官と企業社会と市民とのトライアングルが上手く解けないと事業が成立しない。先進国ではこのバランスが問われているが、途上国では、安定した信用の上に、開発権を与えることによって如何に民間企業、特に外資に投資をさせるか、という事業の長期的な採算と安定性が問題になる。市場優先はともすれば投機に繋がる。実際、世界的に80年代の後半は、至る所、これで痛い目を見ている。

次が市民参加。もちろん、先進国と途上国では参加のあり方が大いに違うが、途上国でも、政治や官僚機構の腐敗への防壁としても、情報の公開、市民参加が求められ、これは、世界銀行ベースでも重要なテーマにもなっている。

更に、共通の問題として、グローバリゼーションが強く意識されている。経済や社会の根幹部分にまで及んできているグローバリゼーションが産業や文化など多面的に街づくりにも大きな影を投げる。実際フランスの電力会社が北欧で地域開発プロジェクトの支援をしているという報告があった。



蓑原 敬

みのはら けい

1958年 東京大学教養学部アメリカ科卒業
1960年 建設省に入省、住宅局住宅建設課長等を経て
1985年 建設省を退官。
その後、蓑原計画事務所を設立し、現在に至る。専攻は都市計画で、著書に「街づくりの変革」等。

それだけでは無い。特にヨーロッパでは、EUの成立と成熟に連れ、今や実際に国境が消えつつあり、寧ろ都市、都市圏同士の激しい競争が始まっている。

こうなると、都市と言う、ヨーロッパでは歴史的に確立された単位だけでは勝負ならず、周辺の市町村や他の都市を巻き込んだ都市圏造りが行われ、その様な大都市圏同士の勝負が始まっている。それが、歴史的には一体として存在してきた地域の連帯感を高め、広域文化圏としての地域単位も姿を現す。たまたま、7月1日は、スウェーデン第3の都市のマルメ市とデンマークの首都コペンハーゲン市を、エレズンド海峡越しに結ぶ橋とトンネルが開通し、一つの大都市圏になった日だった。(写真1)

その上に、国だけでなくEUという国際組織が、「補助的な役割だ」と遠慮しつつも次第に存在感を高めている。国の補助でなく、EUの補助を求めることも出来るのだ。重層的だが、結構柔軟な地域圏構造が成立しつつある。

そして、グローバル化の結果として、世界中が同じ様な風景になりつつあるという実態とは別に、このような会議では、歴史や自然、地域や都市のアイデンティティーが常に主張される。

経済の水準、社会の成熟度、周辺環境の差な



写真1 コペンハーゲン（デンマーク）とマルメ（スウェーデン）の国境を越えて結ぶ橋とトンネル（2000）

どが捨象され、あたかも同じ社会の話であるかのように語られている。しかし、確かに共通語で語り得る現象もあり、枠組みの差異を意識しつつ共通点を探るといふ難しい知的な作業を強いられる。中進国日本のプランナーとしては、先進国、途上国両方の事情が見えやすいので、一層困難な仕事になる。

だが、翻って日本の中で、これらの問題がどれだけ実態に即して語られているのだろうか。表面的には、国際会議と同様、同じ様な流行言葉の羅列に終始する報告書や政府レポートは数限りないが、実態に切り込んだ所で、何が変わりつつあり、何が変わらないのか、あるいは変えようとししないのか。

戦後の都市計画の近代化に参加したと思っいる僕にとって、日本の今が非常に見えにくくなっている。今、冷静に僕らが辿ってきた道を振り返り、これからどう対処するべきかを考え直す時期である。

その意味で、今回の旅は、嘗て僕らが理想の社会だと幻想した北欧の都市が今どうなっているのか、僕らが理想的だと思っていた計画的に創られた街が今、どういう状態なのか、それを確認し、その現場で考えるという目的をも併せ持つ旅だった。

会議があったベルゲンの他、オスロー、ストックホルム、コペンハーゲンを訪ね、昔のプロジェクトの再訪と新しいプロジェクトの探索を手探りでやってみた。

僕らがスウェーデンの都市計画を学んだ先生が、センター長をしている機関の雑誌で文章にするのは気が重い、誤りは正していただくとして、率直な感想を記しておきたい。

正直な話、1950年代から1970年代初頭まで、何故、北欧の都市開発があそこまで丁寧、隅々まで計画的に出来るのか、そのメカニズムが良く判っていなかった。だから、1970年代以降、

経済の低迷によって街づくりも停滞し、逆に1980年代になると急にレーガン・サッチャリズムの尻馬に乗って、今までとはかなり違う方向に大きくぶれた理由も理解不能だった。今回、旅をしながら幾つかの文献に当たってみて、その経過の意味がやっと腑に落ちた。

結果として見ると、北欧の街づくりの成果の大部分は、都市計画と言うより住宅政策に起因していると言っても過言では無いようだ。

北欧のいずれの国も、戦後の経済的な繁栄を社会民主主義的な体制で凌ぐ。工業化、急速な都市化を計画的な住宅地づくりで受ける。スウェーデンやデンマークのニュータウンは、明確な住宅政策とその効果的な達成によって可能になる。何より大きかったのは、土地の公有化の推進であろう。そして、住宅建設主体を市の公社や住宅組合など少数の事業主体に委ね、それが事業を行うときには市有地で行うことを国家が条件付けている。民間企業の建設会社も、この過程で淘汰され、少数の会社が効率的に仕事を進めることになる。

あらゆる所得階層の住宅供給を公団や公社による開発事業が独占し、土地を収用して、計画的な団地造りだけで都市の膨張に対処すれば、あのよう出来るはずだ。(写真2)



写真2 ストックホルム近郊の空中写真 (1973)

後は、住宅の水準に関する国家の志の高さと、常に良いデザインを求めて優れたデザイン能力を持った人を登用する事が出来る文化水準の高さで片がつく。(日本には戦後の一時期を除いてこれが無かったし、今は更に後退している。未だに、建築の設計を金目の入札で決めると言う信じられない位、低い文化水準にある。) それにしても、ファ(ル)スタ、ペリンビー、シャルルホルメン、キ(シ)スタなどの一連のニュータウンでは常に新しいデザインの実験を行い、タウンセンターを大事にし、社会的な配慮の行いた住宅地を形成したきたことに感動する。(写真3)

だが、今回、ストックホルムの地下鉄に乗って、郊外駅で適当に降りてみると、至る所が、公団団地の駅前と同じで、計画的ではあるが、いずこも同じ、機能的で、楽しくない駅前広場が広がっている。

スウェーデンでは、早くから機能主義の配置計画、建築計画への批判に応じて、様々な実験を行ってはいるが、機能重視で、計画的に少数の専門家の関与で造られた街はやはり時間の経過に耐えられないと思った。遠郊では、折角の団地が劣化し、エスニックグループの溜まり場になってしまうというのも頷ける気がした。街として、高齢化社会、成熟社会に適応できないのだ。

1970年代の始めに、胸躍らせて視察し、深く



写真3 ストックホルムの新都市、シャルルホルメンのタウンセンター(1973)

感動したコペンハーゲン郊外の団地アルパーツルンドもまた、同じ様な印象しかもたらさなかった。確かに、時の経過に耐え、未だに良い管理水準の美しい団地ではあるが、高齢化の進行により、小学校、幼稚園も淋しい形骸を曝しており、人の生活の息吹が感じられなくなっている。

大量の純住宅地を造り出すこと、少数の設計者、事業者が関与して、単純で効率的に造ること、住み手が関与できる領域が用意されていないこと、従って、時間の経過に応じて変化できる空間を持っていないこと等の単純な理由で、優れたデザインの団地も生き残れ無いと言うことが読みとれる。

再開発についても同じ様なことが言えるのかも知れない。世界中が長い間近代主義のモデルとして注目し続けた、ストックホルム中心のレーデルノルマルムは、一時期ヴァンダリズムの嵐に曝され、一応の再生措置を取ったものの、嘗ての賑わいを望むべくもない淋しい空間を曝している。(写真4) オスローの中心部近くでもプロジェクトの名前は判らないが同じ様な近代主義の産物が淋しく立ちつくしていた。(おそらく、西部から入ってくる高速道路の中心地への取り付け道路と一緒に造ったと思われるが) 人工地盤の上に、高層、超高層のビルを整然と並べると言う空間自体、人の心を長い間捉えることは出来ないように思える。



写真4 ストックホルムの都心再開発、レーデルノルマルム(2000)

これらと対照的に新しく出来るものは、伝統的な市街地の空間と連続するスケールを持って造られている。ストックホルムの建築博物館では、ストックホルムの街づくりの歴史が連続パネルで見られるが、その最後にあるスカルブネック団地の説明に「近代主義的な開放型のプランは市民に評価されなかったので、街(city)を意識して、19世紀のストックホルムの空間スケールを参考にデザインされている」とある。(写真5)

更に、大規模なスーパーブロックでは無く、一般市街地と同じ様なスケールの街区を造り、おそらく沢山のデザイナーを使って、多様なデザインの建物を建てるという「普通の街」と同じ構造を造り出している。オスローの港にあった嘗ての造船所の跡地の再開発、(オカーブリッゲ)、は、INTAの会議でも官民提携型の成功例として紹介されていた。(写真6)



写真5 ストックホルム、スカルブネック団地(2000)



写真6 オスロー、オカーブリッゲ再開発(2000)

対照的に、民活の失敗例として、ストックホルムのグローベン開発が上げられている。

金がない市は、必要だった国際級のアイスホッケー場を無料で手に入れるために、この建設を交換条件にして市有地を民間企業集団に開発権付きで売り出す。計画として定められていた容積率の倍の容積が与えられ、民間企業が事務所ビルの開発を目論むがバブルの崩壊で頓挫し、会社が破産するという事態を招いている。

それでも、やはり、街づくりがしっかりしてきて、郊外分散、特に街の機能の分散を抑制してきたヨーロッパでは、町なかの古い通りが再生され、賑わっていたし、自動車の利用を抑制し、公共輸送機関と一体となった交通計画で対処してきたので、何とか街が生き残っている。たまたま、オスローで遭遇した休日の幹線街路のトランジットモールの有様には吃驚した。驚くことはない、ノルウエーでは既に3つの都市で、都心への車の乗り入れに賦課金を掛けている。(写真7, 8)

結局機能していたのは、土地政策を抱え込んだ住宅政策で、それが、計画的な街づくりを進めてきたわけだが、普通の市街地に入り、民間企業が住宅以外の開発、特に商業や娯楽の分野の投資に関与し、大規模な民間再開発事業を起こすようになると、都市計画システム自体では対応できなくなってくる。時あたかもレーガン・サッチャリズムの時代で、アメリカの影響の下

「交渉による(ネゴシエイティブな)計画」に左右されてしまったと言うことのようなのだ。

だが、今、このような非計画的なアプローチは市民の厳しい指弾を受けている。

しかし、大規模な投資による都市開発やあるいは総合的な交通政策の確立などと言った強いリーダーシップが要求される仕事になると、普通の開発プロジェクトの社会的な受け入れと違って、市民の参加の仕方も異なり、別の合意形成の仕組みが必要なのかも知れない。

デニス・パッケージと呼ばれる、ストックホルムの外郭環状道路の計画を契機とする総合的な交通体系の整備の提案などは、従来の合意形成とは全く違う仕組みが取られ、これがどう動くか注目的である。

結局、スウェーデンの社会的な伝統である、政府、官僚、財界、労働組合といった大規模な団体同士の丁寧な合意形成による計画と実行、大規模な組織の集権的なシステムに根ざす意志決定という仕組みが解体し、領域も安定性も不透明な多数の市民、団体の関与を通じて計画を造り実行すると言う新しい合意形成のシステムへの切り替え期にあるのだろうか。

だが、外郭環状道路のような、強いリーダーシップが必要な都市構造を左右する計画の意志決定は、このような柔らかな包括的な市民参加



写真7 オスローの中心を貫く大通りの休日



写真8 オスローの月に一度のトランジットモール
ボグシュタットファイエン通り (2000)

では成就しない。かといって、今更、国、市、伝統的な政治システムが解決できるわけでも無い。おそらく、2重構造を含んだ意志決定システムの再編成が必要なのだろう。

2 日本はどうか

国際会議の話題と北欧再訪の感想を下敷きに、日本のことを考えてみると、日本の現状が実に混沌として分かりにくいことに気付く。

明治以来、列強の狭間で何とか自国の独立を守るために、必至に工業化を進め、そのためのインフラ、道路、橋梁、鉄道、港湾、運河などの施設を造る。何とか自立の目処が付くまでは、都市の施設と言え、その様なインフラで足りたのだ。

水や土壤など自然生態系の恵みによって、分散型の市街地形成が可能だったし、都市といえども、資源循環型の社会を造り出すことにより、ゴミは少なく、し尿は土壤還元され、ある種の安定的な系を造り、大きな土木的投資が都市成立の条件では無かった。

更に、数百年の泰平の歴史があり、城壁を持たない街は、境界もなく農地と接続し、農地を浸食していく。馬や馬車が日常性を持たなかった歴史により、道は狭く、曲がりくねり舗装技術も発達しない。歴史的に優れた木造技術、木造の生産システムを育て上げてきて、石や煉瓦で街を造り、街路と同時に外壁が家の境界を決めるような構造、街から家が出来るという構造が無い。公空間が私空間を画定するのではなく、私空間の狭間に公空間が成立し、家の集合体が結果として街になる。

西欧的な公準ではとても都市とは言えない、このような都市を、何とか西欧型の都市にするべく足掻いてきたのが、今までの日本の20世紀型都市計画の歴史と言えよう。

だが、都市の近代化に向けて第一歩を踏み出

した、都市計画法、市街地建築物法の制定は1919年。大正8年のことであり、直ぐ、関東大震災が起り、満州事変、太平洋戦争へと突入し、日本内地で、まともに都市計画を語れるようになるのは戦後も1955年以降、日本が、工業化の道、経済成長の道を着実に辿り始めた時期からである。

そこから、猛烈な都市化が始まる。農村社会の人間が、村に心を残しながら都市の仮住まいを築く。最低限の西欧型の都市の実現のためには、住宅など二の次三の次というわけだ。第一、村に心が残っているし、まして、コンクリートの家に永住するなど誰も考えはしない。先ず、道路、次はかなり遅れて下水道。住宅政策が都市計画の要であり、優れた住宅地の形成が都市計画の成果だと語れるような状況では全くなかった。(もっとも、昭和30年代の住宅公団名古屋支所にはその気概があり、僕も随分、教育して貰ったが。)

だが、戦後55年、日本列島は既に大きく近代化を遂げ、日本経済もまた世界パワーになっている。それなのに、意識の上では、以上のような状態を未だに引きずっているのが現状ではないか。

1970年代、世界的な転機が訪れ、街づくりについての新しい胎動が起こっても、日本は蚊帳の外に置かれてきた。

誰が本気になってサステナビリティーを考えているか。絵空事の「計画文書」はこの言葉に満ち溢れているが、誰も本気には考えていない。だから、愛知万博は厳しい試練に曝されるし、藤前干潟の問題も同じ根から出て来る。

PPP(官民提携)問題は、本質的に、政府活動の縮小を前提にする。また、厳しい市場採算の世界をくぐる必要がある。だが、行政府の何処で、このような前提を真剣に受け止め成果を出しているだろう。民間部門にしたって、もともと、右肩上がりの地価上昇を前提にした事業しかやってこなかったから、市場原理に立った、

裸の経済原則に立った事業企画が立てられない。行政改革も、経済不況の怯えから全く頓挫したままである。この10年間の間にどれだけ、政府機関の事務所が縮小し、銀行の店舗が廃止されたらどうか。

都市では、実に幅広い、澎湃とした市民参加の動きが見える。だが、一部の地方自治体を除いては、政治や行政は、従来の権威主義的な行動や利益誘導の仕組みから離脱していない。特に農村部では、従来の長老支配型の合意形成を抜け出して新しい行動手段が取れだしている様には、見えない。

国の統計を始め、情報公開の速度も遅い。日本は、グローバリゼーションの恩恵に最も浴している立場だと思うが、通信手段の開放、商品の流通、等限定的な分野でのグローバリゼーションに止まり、片開きの国際化から脱却してはいない。

グローバリゼーションに伴う地域構造の重層化に到っては、殆ど進歩が見られない。国の閉鎖的感覚は全く変わっていないし、アジア地域との関係が大きく開かれてきたとも言えない。国内では、実質的にはボーダーレスな社会が成立し、現在の自治体制度やその区分など基本的な変革が必要なのに、小手先の修正でお茶を濁しているから、従来の行政構造が殆ど変わっていない。(スウェーデンでは戦後から1970年代までに、2,500のあった自治体を280まで減らしたと言う。)

あの夢の国北欧の現実の姿は、決して夢ではない同じ厳しい世界だったが、しかし、歴史に育まれた街まちは、実に美しく、何より、新しいことも、実態の変化の様が実に判りやすく目に見え、街の姿にも現れてきているのだ。

3 これからどうなるのだろう。

都市化、都市膨張の時代は終わった。工業化の時代も終わり、新しい産業革命が静かに進行しつつある。ここに到る戦後の50年間、曲がりなりにも近代国家、近代都市を造り上げてきた。開発途上国日本としては、20世紀型の都市計画の成果に誇りを持って良いのでは無いだろうか。特に名古屋は、その優等生、模範生である。

しかし、これから21世紀に起こってくることは、20世紀の延長ではあり得ない。新しい産業革命は、おそらく、個人の肉体ではなく、個人の知性、感性、霊性までを動員した産業、これを僕は心業と名づけているが、の世紀になろう。その時膨張しきった都市ではなく、凝縮した、賑わいのある街と、自然に溢れた山、海、田園が生産力の場になるだろう。名古屋は、このような賑わいを備えた街に変身しうるか。そのためにも、美しいゆとりのある都市住宅で街を埋めなければならない。幸い、近代的な街路網があり、「街から、」住宅を産み出せる秩序ある街区が形成されている。(写真9)

サステイナブルな交通体系とは、歩行者が楽しい、自転車が使える公共輸送機関がフルに稼



写真9 千葉市幕張ベイタウン (1995) 相原功撮影

働し、自動車利用と調和した交通体系である。交通と言うよりは、寧ろ移動環境そのものが街としての楽しさを備えた一体的なシステムの構築である。そのためには、既存の道路体系がしっかりしていなければならないが、名古屋は十分すぎる位十分な道路空間を持っている。これを多面的、多目的的に再編成、再活用するプログラムが要るだろう。

これらの事業を通して、真剣に持続可能な開発に向けた方針を確立していく必要がある。実践を通さない謳い文句だけでは事態は変わらない。20世紀から、21世紀型の都市計画への移行を円滑に果たすことが使命だ。

しかし、それには、時間がかかる。市民、財界、労働組合、ジャーナリズム、行政、政治などの全ての分野を連ねた長い、長い努力の積み重ねが要求される。

そして、その努力の跡が目に見えること、それが、現代社会と言うものだろう。北欧を再訪した感想の結論はどうやらその辺にありそうだ。

都市におけるにぎわいの意義

—アジア都市文化論の視点から—

大阪市立大学文学部助教授工学博士 橋爪紳也

1

これまでの「都市文化論」は、さまざまな地域の固有性、特殊性にばかり目を向けがちであった。ところが近年、従来の「地域研究」的な視点から、「比較研究」へと、おのずと、しかも急速に姿を変えつつある。差異を語り続けてきた結果、特殊性のなかにも共有される概念や理論が芽生え、地域へのまなざしに一定の枠組みが用意されたと見て良いだろう。またその背景として、経済や社会の仕組みに限らず、文化の領域にあっても、ボーダレス化、ないしはグローバル化が顕著になったという見方が可能だろう。

たとえば「空間に関わる文化」をめぐる議論では、エリート主義的な見方への批判、脱植民地主義の流れを背景に、都市における「若者文化」「ジェンダーの文化」「大衆文化」等のありようを分析する研究がさかんである。既存の枠組みを意識しつつ、それをずらしながら、新たな論点が指摘されている。そこでは地域の固有性よりも、世代ごとに普遍的に共有される固有性、性差によって普遍性を持ちうる文化などが議論されている。

もっとも欧州で注目視されているこの新しい「都市文化研究」の流れは、階級社会への批判を前提としたものである。その視点や方法論が、そもそも階級社会そのものが緩みきった戦後日本や、転倒し得ない階層社会を持ちうるいくつかのアジア諸国にあって、そのまま導入しうる

かというとは筆者は懐疑的だ。アジア諸国にあっては、その経済成長に応じて、欧米の都市研究のモデルと方法論が持ちこまれている。アジア都市の研究は、もはやエキゾティシズムの対象ではないと経済学者たちは断じるだろう。しかし「文化」を基礎とした生活、いわば「文化資本」を前提とした都市の営みがあるとするならば、地域の固有性へのまなざしは、まだまだ有効であることはまちがいない。「都市文化」という視点から、「アジア都市」なる概念を、今一度、照射したいと思うゆえんである。

2

もっとも、いまさら「アジア都市」などと記すと、あまりに古い議論だと断罪されるかという懸念がある。「アジア都市」という響きから、まず想起されるのは、マックス・ウェーバーが唱えた東西比較、すなわち「東洋には西洋的な市民のゲマインデ（団体）としての都市」はないという見方であろう。あまりにも西洋近代を肯定する西洋中心の史観、「東洋停滞論」であり、ある種の「型」にすべてを収めようとする議論



橋爪紳也

はしづめ しんや

1960年大阪市生まれ。大阪市立大学文学部助教授。建築史学・都市文化論専攻。工学博士。京都大学工学部建築学科卒業。京都精華大学人文学部助教授、同大学創造研究所所長などを経て現職。著書『倶楽部と日本』『明治の迷宮都市』『にぎわいを創る』『化物屋敷』『大阪モダン』『祝祭〈帝国〉』他多数。

として批判されるどころだろう。

しかし日本の論者たちも、かつてはこの種の考えを受け入れて、みずからを遅れているものとみなし、西欧的な都市の近代化を受容した。それが機能的で秩序だった都市の構造や景観、都市を維持・管理するシステムのありようなどを生みだした。彼らの論調は、まず工業化・都市化の進展で農村共同体が崩壊し、個人々が都市に集住する。やむをえず形成されたこの人口集積は、商工業によって支持されながら発展し、やがては自覚を持った市民層を形成、市政等に積極的に参画することで、結果的に西洋的な「市民の自治団体としての都市」となる。このような都市成長の過程が必然とされた。

もちろん日本の中世にあって、さまざまな自治都市があり、また江戸時代の大坂などの大都市でも、かなりの都市自治があったことが知られている。たとえば京などでは、住民が相互に選出しあって、町の代表者を決めることになっていた。幕藩体制のもとにあって、独自の民主主義が勃興していたと考えて良い。しかし従来の都市論では、その種の都市はアジアにあっては「例外」として排除されてきた。

ところが70年代以降、欧米諸都市の活力が衰えつつある現状をふまえて、古い共同体の痕を遺しつつ、かつ雑然とした都市構造をもつ「アジア都市」の再評価がなされはじめた。ここにいたって「西洋型都市」「東洋型都市」という類型そのものがあやうくなる。都市問題や都市政策、そのほかの事象を共有できる枠組みで語ろうとする動きが顕在化した。

そもそも「アジア」という地理的認識そのものが、西洋中心の「意味の地図」の所産であるという意見もある。また東アジア、東南アジア、インドやアラブ諸国など、多様な地域に点在する都市文化を「アジア都市」という、あやうい概念で総括しつつ論じること自体が無効であるという意見にも賛同できる。しかし肝要だと思えるのは、この種の認識を前提としつつ、なお

かつ「アジア都市」という類型を常に意識することだ。欧米の諸都市にあっても、旧植民地などからの移民者が都市内に「アジア都市」を構築しているという見方が可能だろう。もちろん世界中の大都市は、例外なくアジア地域以外の、さらに微細に細分化された「諸民族の都市性」をも取り込んでいる。「西洋型」とかつては類型化された都市基盤のうえに、「アジア都市」とでも呼ぶべき事象、さらには「諸民族の都市」が併存しているのだ。

同様にアジアの諸都市にあっても、欧米から導入された都市秩序を構築する諸々のシステムを基盤に、実に多彩な民族の所産が入り混じっている。しかしその混合の具合が、欧米都市とはあきらかに異なる。筆者が、あえて「アジア都市文化論」の必要性を語る真意は、ここにある。そもそも「文化」とは、多くの人と人との関係性が生みおとす所産である。価値観やライフスタイルが変容すれば、本質もおのずと揺れ動く。ゆえに「アジア都市」ひいては「アジア都市文化」なるものも、「型」は常に変化するものという前提のもとに定義がなされるべきだ。「アジア都市」ないしは「アジア都市文化」なるものの本質は、都市文化が生成するプロセスとダイナミズムにこそにあると考えたい。

さらにいえば、そこに生まれる多様性への「まなざし」も重要ではないか。諸文化がハイブリッド化するその過程や、その所産こそ重要だという見方ではないか。先に述べたように、かつて自明であった「アジア都市」なるもののありようは、グローバル化のなかで、西洋を含めた諸都市にも、今後の都市を語るうえで重要な遺伝子のひとつとして組み込まれている。自明のことであるが、都市のグローバル化とは、単に画一的なシステムが世にあまねく普及することではない。地域ごとに異なる「同化」と「異化」を重ねつつ、普遍的な要素を混合しつつ、他にはない新しい都市をつむぎだそうとする実験にほかならない。

3

さて日本の諸都市のなかで、しばしば「アジア的」と形容される街がある。たとえば大阪や福岡が典型であろう。根拠を問うと、雑然としているが活気に満ちた「盛り場」の存在を指摘する人が多い。あるいはとりわけ後者の場合、「屋台」に代表される仮設の商業空間の存在がその理由になっていたりもする。東京などでも新宿歌舞伎町や新橋駅前界隈の風景、名古屋では大須界隈などは、確かに「アジア的」かもしれない。アジア諸都市の都市文化を語ることは、ある意味において、都市におけるにぎわいの本質について検証すること、とりわけ盛り場という空間について思索することに通じるのではないか。

もちろん盛り場を論じる視点は無数にある。なかでも私が目を注ぎたいと考えてきたのは、そこが「もてなし」やコミュニケーションにかかわる「都市文化」を、常に生みだしてきた「場」であるという点だ。戦後高度経済成長の過程にあっては、「接待」という日本独自の文化を生み、クラブやスナックなど「社用族」を対象とする「もてなし産業」を育んできた。

しかし近年、状況が変わろうとしている。ひとつには「官官接待」「官民接待」などへの批判。そして交際費の節減である。また若い世代には仕事の関係者と会社の金で遊ぶよりも、仕事とは関係のない「仲間」と身銭をきって遊ぶことをよしとする人が増えている。「右肩上がりの経済成長」が幻想だと誰もが気づきだした今、もてなしや接遇にかかわる方法論もおのずと変わらざるを得ない。同時に街も別の顔を持ちはじめた。昼間でも、若者でも、女性でも、また酒を飲めない人でも楽しめる。そんな気軽に安価な店が目に見えて増えている。人がかわり価値観が動けば、「盛り場」におけるにぎわいのありようもおのずとうつろうのだろう。

また日本の盛り場から発信し、アジア全域に拡まったコミュニケーションの装置は少なくない。たとえば百貨店という業態もそうだ。百貨店の原型は、欧米にあるのではないかという見方もあるだろう。しかし、厳密にいうとそうではない。明治から大正にかけて、われわれの先人はパリやロンドンに立地する老舗のデパートメントストア営業方法を学び、いっぽうでアメリカを視察、マーケットやチェーンストアに代表される彼の国の合理的な経営方法を学んだ。そのノウハウを活かしつつ、日本人の消費行動やライフスタイルに応じて改良、ターミナルや目抜き商業地に「日本流の百貨店」なるものを出現させた。

関東大震災の後、それまで上流階級が買い物をする場であった百貨店は、誰もが気やすく行ける商業施設になり大衆化する。屋上に造られた遊園地や展望の良い大食堂、年間を通じて催された展覧会や大売り出しは、都市で暮らす人に新しい刺激と娯楽を提供した。家族や知人とともに時間を費やし買い物を楽しむ。そんな生活習慣を定着させた。

上海に「大世界」という複合娯楽施設がある。今世紀初め、中国の都市に屋上に遊園地を備える特徴的な商業施設がいくつも建てられた。「楼外楼」というのだそうだ。「大世界」もそのひとつである。詳しくはしらべていないのだが、大衆化し、ありとあらゆる娯楽を複合化した「日本流の百貨店」が、その種の複合施設の手本になっていたのではないか、と思うのだ。もちろん近年も、アジアのあちらこちらで、日本資本あるいは現地の資本で、「日本流の百貨店」が営業、アメリカ流のショッピングモールやモール、あるいは欧米系の百貨店と集客を競いあっている。欧米文化を加工、新たな業態にアレンジしてアジアに輸出する。製造業だけではなく、文化ビジネスにおいても、ジャパナイゼーションの力は変わることはない。

あるいはカラオケである。日本が世界にひろ

めた一大発明といわれるが、ある人から必ずしもそうではないという異説を教えてもらった。発明者の思いは別として、それを広く普及させるにいたった理由は、アメリカ文化であるジュークボックスを踏襲していた点にあるという人もいる。確かに、好きな曲を選んで自動演奏する機械という点で、共通している。彼の説が正しければ、カラオケも百貨店と同様、欧米文化を盛り場で日本化、そして産業化し、輸出することに成功した事例といえることができるだろう。

4

筆者が主唱したい「アジア都市文化論」の関心のひとつは、西欧・アジアを問わず現代の都市に内在する「多様性へのまなざし」であると先に述べた。その本意は、異なる価値観が等価に共存している点にあると考える。たとえば「美観」と「猥雑さ」、「秩序」と「混乱」といった対立である。大阪ミナミの南海難波駅前、ロータリーの中央に「都市美の女神」なるヴィーナスの立像がある。戦前・戦後を通じて、都市美観の向上を眼目に活動した「都市美協会」の建立になるモニュメントである。同協会が発行していた機関誌「都市美」のバックナンバーをながめていると、盛り場も彼らの運動が対象のするところだったことが判って面白い。雑然とした近世以来の歓楽街を、明るく健康的な娯楽地に改良、近代化しようという主旨である。

要するに西欧の都市景観を規範とした技術者たちは、「美観」と「猥雑さ」を相容れないものと見なしていた。「アジア的」と形容されがちな「猥雑さ」は、改良すべき前近代的なものとして批判の対象となった。同じような景観論は、今日に至るまで絶えず繰り返されている。しかし果たして「美観」と「猥雑さ」は、対立する概念なのだろうか。たとえば名古屋の都心である。栄という巨大な歓楽街がある。周知のと

おりこの大都市は、戦後復興で広幅員の道路を縦横に設けた。また江戸期の城下町の基づく街区も、かなり大きいものだ。美しいのだが、他の都会の盛り場のように細い街路が少なく、猥雑性に欠ける。札幌のすすきのなども同様だ。しかし逆に、だからこそビルの内は迷路性が高まる。ありとあらゆる業態が垂直方向に層をなし、立体迷路のようにになっている。統一感のある街にも、混乱を発見することができる。

大阪の街はその逆だ。とりわけキタなどは、さまざまなタイプの歓楽街が、実に不規則に連絡し合っている。土地勘のない人には、まさに混乱であり、無秩序以外のなにものでもない。しかしその存在だけでは魅力があるとは感じない。街で遊ぶ人は、意図的にあるいは無意識にここに秩序を求めているのではないか。盛り場探訪の面白さのひとつは、いくつもの矛盾や不可解を認めつつ、混乱のなかに何らかの秩序を発見できるところではないか。

ではいかにして、「秩序」と「混乱」を、「美観」と「猥雑さ」を適度に混在させることができるのか。ひとつには「仮設性」のダイナミズムを都市に取りこむことではないか。中国では休日のことを「仮日」という。働いている時間は「実」で、休み遊ぶ時間は「仮」ということだろう。かねて、この「仮」の一文字に、盛り場の本質があると考えてきた。

古今東西、実に多くの盛り場が、仮設的な「交易の場」に由来して、にぎわいの地をかたちづくってきた。中国の芸能史にかかわる文献を読んでいると、いにしへの盛り場が紹介されていた。大都会のはずれにある空き地に、仮設の店舗がいくつも設けられる。各地から集まった商人が品物の売り買いをはじめた。これを「瓦舎」と呼ぶ。ここに人手を目当てに興行小屋である「棚」や「高欄」も臨時に建設される。呼称からも、簡単な造作で、内と外を仕切っただけの仮小屋であったことがうかがえる。やがて、ある期間が経過すると、「瓦舎」から、人の気配

が消える。店や芝居小屋は跡かたもなく、かたづけられる。これを「瓦解」と呼び、瓦が粉々に砕け散るさまにたとえたのだそうだ。

もちろん、日本でも事情は変わらない。日を限って催された定期市、河原や社寺境内での納涼の縁日、季節を限る浜茶屋や、四季の行楽地、開帳の門前のにぎわいなど。仮設的な「街」が恒常化、のちの盛り場となった事例はあまたある。現代においても、アジア各都市の盛り場には屋台に代表される仮設の店舗群が欠かせない。近代的な百貨店やショッピングモールも、夜になるとバラックのような屋台の群れに包囲される例が少なくない。

仮設的な店、仮設的な街だからこそ、自由な発想に基づく創意工夫が可能となる部分がある。しかし日本では、明治以降、猥雑である、衛生的ではない、防災上良くない、公共空間を私的に使っているなど「建前」の論理で、屋台や露天などの営業を盛り場から排除してきた。「仮設の場」が有する「にぎわい」を再生させる力は、都市が近代化する過程で切り捨てられたと言い換えても良い。

5

また盛り場という空間を総覧する際、そこに二つの異なる傾向、すなわち「家郷」と「近未来の街」を見つけだすことが可能である。前者は故郷を離れて都会に移った人たちが、集い、酒をかわし、疲れをいやすための街である。東京でいえば上野や新宿がそうだ。いっぽう後者は新しい情報や出会いに満ちている街である。銀座や渋谷が、この分類にあてはまる。

私たちは歓楽の巷に、刺激だけを求めているのではない。一瞬の安息が欲しく、ネオンの海に身を沈めることがある。そんな時、故郷の言葉で語りあえる心を開放できる店、避難所のような街が欲しい。上野の繁栄は、東北地方から東京にでてきた人たちが支えてきた。また新橋

界限など、擬似的な懐かしさを喚起する街も人気がある。戦後五十年が経過して、都会あるいはニュータウンなどの郊外で生まれ、育ち、帰るべき故郷のない人の割合は、年々増えている。彼らは、大都会の喧噪の中に、自分自身を見つめ直す、ノスタルジーの対象を発見せざるを得ない。都市化が臨界に達し、都市文明が成熟した段階において、この種の「故郷喪失感」は普遍となる。その欠落を埋めあわす、擬似的な「家郷」のような盛り場の意味が、さらに重要になるだろう。

「家郷」も国際化しつつある。近年では池袋あたりに、知人を頼って来日した中国系の人たちが多く住むようになった。たとえば台湾では、「池袋」は「東京」を代表する街と認知されており「サンシャインビル」はそのシンボルであるという。また新大久保あたりは、東南アジアや南米など、各国から来日してきた人たちにとって「異国のなか家郷」になっている。

いっぽう、たとえば渋谷は「近未来」を予言する街である。その本意は、土曜日の昼頃、渋谷のバルコ前を歩いていると良く判る。ファッション雑誌や情報誌の記者、そしてテレビの制作スタッフなどを多く見かける。街を歩く若者をつかまえてはアンケートを取り、また取材を重ねている。彼らはこれからの「流行」を、街に求めている。取材を受ける側もそのことを知っている。先端にいることを自認する人たちは、わざと一歩か二歩、先をゆく自己流のファッションでやって来る。彼らの感性がマスコミを経由して増幅され、やがて全国規模の流行になるのだ。

盛り場は「自己表現」の場、「自己顕示」の場である。自分のセンスを見せびらかし、評価を受けたい人が集まってくる。東京で数千人にアンケートをするよりも、渋谷で住人に話を聞いた方が、少し先の流行が読める。マーケティングのプロである友人の言葉に納得した。ことは「若者風俗」に限るものではない。さまざまな世

代に通用する少し先の価値観、近い未来に普遍となるライフスタイルを実感できる。それこそが「盛り場の近未来性」である。

ともあれ、「家郷」と「近未来の街」という二種の盛り場では、空間のありようもまったく違う。しかしそれ以上に、その場に身をおく人にとっての「時間感覚」に差異がある。「家郷」系の盛り場には、ゆったりとした時間が流れている。変化よりも、ノスタルジアの源泉であり続けることが魅力である。それが町に遊ぶ人たちの気持ちと表情を弛緩させる。いっぽう「近未来」を示す盛り場には、他所よりも時間を加速する表現で満ちている。

6

さて、ここでいう「多様性へのまなざし」を自覚するために何が必要なのだろう。筆者はこれまで機会があれば、重ねて、「内なる辺境」への視点を持つことの意義を説いてきた。たとえば、たとえ物理的には町の中心にあっても、これまで論じてきた盛り場と呼ばれる地域などは、都市秩序における「辺境」である。混沌とし、常にゆらいでいる。

実際、盛り場は、国際化の先鞭を付ける場所でもある。たとえばバンコクの歓楽街で、風俗営業の女性に心を許す同邦を見かけるとき、日本とこの国との関係、さらには「天使の都」と呼ばれるこの大都会と、貧しき農村とのつながりに思いをはせる人も多いだろう。いっぽうでまた大阪ミナミのネオン街に身を沈ませるとき、韓国クラブの多さに驚くことがある。クラブのコンパニオンに、中国からの留学生の姿を見ることがも少なくない。

「内なる辺境」であるがゆえに、盛り場には歴史や文化に由来する層が重なる。たとえばシンガポールでは、華人の街、インド人の街、マレー人の街、そして西欧の人々が開いた街が隣り合い、それぞれの繁華をかたちづくる。もちろん

日系の百貨店やショッピングモールも、その中には散在している。

台湾では、すべての街に「享子脚」と称するアーケードがある。買い物時も、雨よけ、また日よけとして実に有効だ。かつてこの地に移住してきた福建省等、中国の東南部を出身とする人々が伝えた様式という考えもある。しかし実際は、戦前、日本が統治していたとき、都市計画で設置を強要したものである。「伝統」の上に、「近代」が重なりあっているのだ。

あるいは「実際行動」にもとづく重層性がある。たとえば大阪のミナミでも、若い人と年配の人、女性と男性、働いている人と学生、地元の間人と観光客では、移動のルートも立ち寄る店もまるで違っている。同じ風景も見ることによって異なる感想を持ち、同じ場所でも人によって別の使いこなし方をしている。一人一人が、その使い方に準じて「異なる地図」を描き、それを持って街を歩く。盛り場には無数の「地図」が重なりあっているのだ。

もちろんひとりの人間も、その用途によって何枚もの「地図」を持っている。昼間、買い物に行く時と、夜になって飲みに行く場合とでは、まったく別の街として私たちの前に立ち現れる。盛り場が生む「多様性の魅力」は、この種の重層性に由来するのではないか。盛り場は、多様な「意味の地図」の重なりあいとして捉えることができるだろう。

盛り場は「内なる辺境」である。だからこそ「美観」と「猥雑さ」、「秩序」と「混乱」、そして「家郷」と「近未来」をともに飲みこむ。そして大都市が抱えこんでいる人と人とのつながり、そして地域と地域との関係性の変化の相を、もっとも分かりやすく、かつもっとも敏感に示し得る場所である。その現状を論じることで「次世代型の都市」を語る視点を手にすることが出きるように思う。

にぎわいの再生とルール

千葉大学教授 北原理雄

1 はじめに

「にぎわい」が都市に精気を吹き込む。街に人が集まるとき、人と人との交流が芽生え、情報が醸され、伝達され、個性ある文化が育つ。そして、にぎわいの舞台になるのは、都市の公共空間、とりわけ街路である。私たちが心をひかれる街には、いつも人びとでにぎわう生き生きとした街路がある。

旅の楽しみのひとつは、街とそこで繰り広げられる人びとの営みが、その地方ならではの文化の奥行きを映し出しているのを体験できることである。海外を旅すると、魅力的なにぎわいに満たされた街路に各地で出会うことができる。屋台と雑踏に熱気が渦巻いているソウルや台北の市場、歩道のカフェでカップルがおしゃべりを楽しんでいるパリやミラノの並木道。そこには、私たちの街路から姿を消した「生活」がある。

かつては日本の都市の街路も活気に満ちていた。1960年代以前の名古屋を知っている人びとは、しばしば広小路通の夜店のにぎわいを郷愁をこめて振り返る。こうした思い出は名古屋だけのものではなく、全国の都市に多かれ少なかれ共通したものであり、私が少年時代を過ごした千葉でも、いまは人影のまばらな旧駅前通りに露店が立ち並び、人と車がひしめいていた。しかし、現在の日本の街路は、車中心の交通処理の場と化し、歩行者の通行量が多い場合でも、彼らはただ流れるだけで、多くの都市が中心市

街地の空洞化に悩んでいる。

街ににぎわいを呼び戻すにはどうすればよいのだろうか。この小論では、オープンカフェを事例に、人びとを引きつける場所づくりの方法と、それを支えるルールのあり方を考えてみたい。

2 にぎわいの景観デザイン

日本の都市が景観行政に本格的に取り組みはじめたのは1980年代のことである。現在は、全国150以上の自治体で都市景観の条例や基本計



図1 整備された広小路通の歩道



北原理雄

きたはら としお

1947年生まれ。東京大学大学院博士課程修了。名古屋大学助手、三重大学助教授を経て、90年から現職。都市環境デザイン、都市景観、都市計画を専攻。著書・訳書に「環境をデザインする」「街のデザイン」「屋外空間の生活とデザイン」など。

画がつくられている。

名古屋市は1984年に都市景観条例を制定し、87年に都市景観基本計画を策定した。それから13年、あちこちで景観整備が進み、街は目に見えて美しくなった。久屋大通や広小路通では歩道が拡幅され、歩行者環境が大きく向上した。しかし、現状を見ると、広くなった歩道が依然として人の流れをさばく通路としてしか利用されていない。場所によってはそれさえまみならず、不法駐輪の自転車が歩道を占領し、人が体を斜めにしてすり抜けている有様である。

せっかく歩道のスペースにゆとりができたのだから、もっといろいろな使い方があってよいのではないか。豊かな「にぎわい」の舞台として活用することができるのではないか。1997年、名古屋世界都市景観会議が開かれ、「にぎわいの景観デザイン」というセッションを企画することになったとき、改めてこうした考えが頭に浮かんだ。そこで、このテーマを会議場の中だけで十分に議論するのは無理だと説明して、8月に久屋大通でにぎわい景観の実験を行うことになった。当初は歩道上での実験を目指したが、それには機が熟しておらず、結局、隣接した市有地が会場になった。実験の演し物はオープンカフェと縁日、そして自販機広場。ここでは前二者について紹介したい。

オープンカフェは、デンマーク王立芸術大学チームの制作。歩道脇に床を張り、パラソルを



図2 コペンハーゲン・プラザ

並べ、32席の小さなテーブルと椅子を置き、カールスバーグのビールと清涼飲料を提供した。名づけて「コペンハーゲン・プラザ」。8月末の名古屋の暑さの中で、はたして人が集まるだろうか。内気な名古屋人(?)が大通り脇に腰掛けるだろうか。そんな心配をよそに、物珍しさも手伝ってか、なかなかの盛況であった。

制作を指導したヤン・ゲール教授はこう指摘している。名古屋の街にはたくさんの方がいるが、彼らはただ移動しているだけで、そこには「生活」がない。オープンカフェは街角の小さなオアシス。そこに腰掛けて、ちょっと一息入れてごらん下さい。そうすると街の輝きが違ってくだろう。

私たち千葉大学と名古屋市立大学のチーム

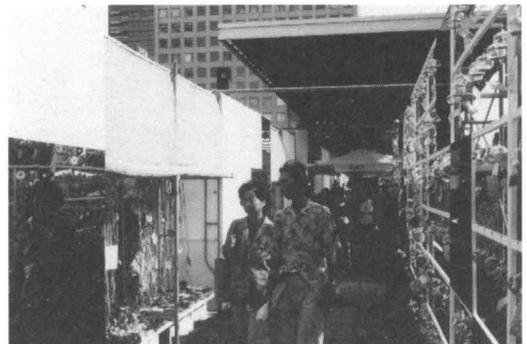


図3 風の縁日

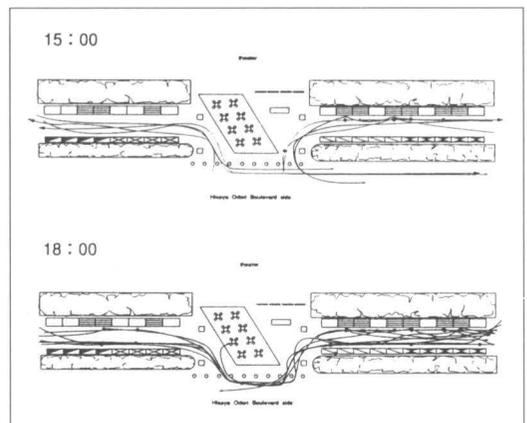


図4 「風の縁日」利用者動線(出典:文献3)

は、コペンハーゲン・プラザの南北、長さ40m、幅4mの細長いスペースを使って、伝統的屋台の現代版「風の縁日」を制作した。ヨーロッパのにぎわいの場所づくりがオープンカフェなら、日本は縁日というわけである。屋台は不思議な力を持っている。祭りの日、仮設の屋台が並ぶだけで、見慣れた通りや空き地がハレの空間に一変する。工事の足場に使う鉄パイプで屋台を組み、暑い季節なので風を視覚化し、聴覚化しようと、そこに風鈴を250、風車を450並べて吊るした。そして、名古屋周辺には焼き物の産地が多いので、若手の陶芸作家に展示即売の店を出してもらった。赤字覚悟のボランティアの予定だったが、これも思った以上の売り上げになったようである。

オープンカフェや屋台のような仮設の要素は、にぎわいの場所を生成する一種のインキュベータ機能を持っている。にぎわいが定着してきたら、次第に常設の場所を導入していけばよい。日本のこれまでの景観整備は、モノとしての空間を整えることに偏りがちで、場所をつくるのが不得手だった。この実験のテーマは、街路空間を「場所」にするための仕掛けを考えることであった。

3 久屋大通オープンカフェ

名古屋では、1977年10月の世界都市景観会議開催中、関連イベントとして改めてオープンカフェの実験が行われた。

名古屋の都心を南北に貫く久屋大通は、戦災復興のシンボルであると同時に、都市景観整備の先導地区であり、10mに拡幅されたその歩道は、市民の共有財産になっている。しかし、現状では歩道の商業的利用は認められておらず、人びとが通過するだけの空間にとどまっていることは既に述べたとおりである。今回のオープンカフェの試みも、残念ながら歩道ではなく民地と公園内の開催だったが、大通に面して人び

との憩いの場を提供することによって、にぎわいを演出し、新しい都市景観の創出を図ろうとするものであった。

この実験では、利用状況調査と利用者アンケート調査が行われた。それによれば、6か所のオープンカフェ（営業11:00~18:00）の4日間の利用者総数は2,047人であり、最も利用者が多かったのは、テレビ塔南のカフェ・ド・シャンゼリゼ660人（出店者概算）、最も回転率が高かったのは、東急ハンズ下の茶香・丸源34.4回

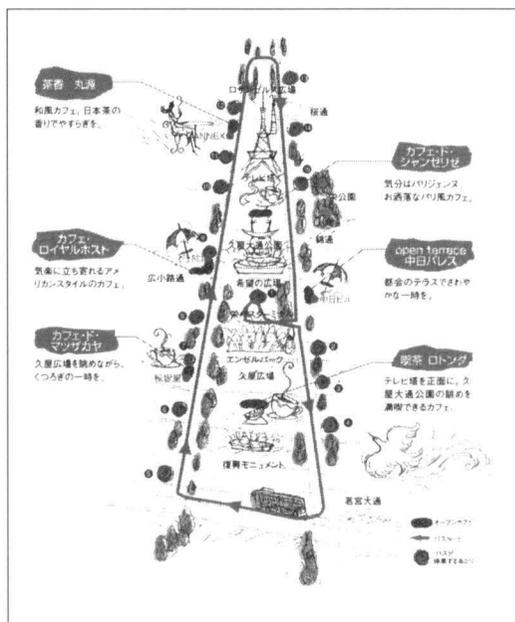


図5 久屋大通オープンカフェ（出典：文献5）



図6 カフェ・ロイヤルホスト

表1 久屋大通オープンカフェの利用状況（出典：文献5）

	卓数	席数	利用者 総数 (人)	総数/ 席数	10/4	5	6	7
					(土)	(日)	(月)	(火)
①茶香 丸源	4	10	344	28.8	68	106	74	96
②カフェ・ド・シャンゼリゼ	27	108	660	6.0	60	300	150	150
③カフェ ロイヤルホスト	8	32	235	6.9	0	145	63	27
④カフェ テラス中日パレス	6	24	220	8.8	33	63	73	51
⑤カフェ・ド・マツザカヤ	9	36	460	12.3	35	221	113	91
⑥喫茶 ロトンダ	5	20	128	4.8	6	53	51	18
合計	59	230	2,047	8.3	202	888	524	433

転（4日間延べ）であった。この数字を多いと見るか少ないと見るか、難しいところだが、初めての大規模な試みであり、会期中の土曜日が雨だったことを考慮すれば、満足すべき成果と言えるのではないだろうか。

オープンカフェの利用者は、女性6に対して男性4であり、年齢階層は20代（24%）、30代（19%）、40代（18%）、50代（14%）の順である。久屋大通周辺に多く見られる10代の若者の利用は6%と少なく、特に男性は0.5%にすぎなかった。利用人数は「2人」（43%）が最も多く、家族や友人と利用している。女性は多人数で利用する傾向があり、「5人以上で利用」が7%あった。典型的な利用者像は恋人や友人と連れ立った20代の女性ということになりそうである。

道行く人を見ることは95%の人が「好き」であり、道行く人に見られることも78%が「気にならない」と答えている。オープンカフェの印象は肯定的な意見が9割を超えており、否定的な意見も、「雨」「排気ガスが気になる」「日が当たりすぎる」「仮設だからおしゃれでない」など、オープンカフェの存在を認めただけで、内容の改善を求めるものがほとんどであった。市民の間には、オープンカフェを受け入れる素地が十分に存在していると見てよいだろう。

一方、出店者側の評価は相当きびしい。短期

間の営業では設備投資や人件費に対して収入が少なく、採算がとれないのが実情だという。テーブル、椅子、パラソル、プランターなど、質の高いものをそろえ、さらに地代を払ったうえで経営を成立させるためには、臨時ではなく、長期の設置が必要であろう。

名古屋における2つの実験は一定の成果を取めたが、民地や公園内に臨時に開設されたものであり、経営的にも採算がとれていない。日本の都市にオープンカフェを定着させるには、2つのハードルがある。第一は制度改正である。歩道の利用をきびしく制限している道路法・道路交通法などの現行制度を見直し、にぎわいを積極的に誘導できる新しいルールを確立する必要がある。そして、第二は経営条件の整備。しかし、この条件は、第一の問題が解決されれば、おのずと整ってくると考えられる。そこで次は、オープンカフェの先進諸国ではどのようなルールを用意して歩道利用を運用しているのか、パリの例を調べてみよう。

4 パリのオープンカフェ

オープンカフェといえばパリ。パリの旅行ガイドを開くと、必ずと言ってよいほどオープンカフェの写真が添えられている。建物の前、店の前に張り出したガラス囲いの中、歩道の真ん



図7 シャンゼリゼ通りのテラス



図8 シャンゼリゼ通りの「島型」テラス

中、街路樹の木陰、雑踏のかたわら、広い歩道、狭い歩道、人びとはさまざまな場所に置かれたテーブルで、コーヒーをすすり、道行く人を眺め、会話を楽しんでいる。パリにコーヒーが入ってきたのは17世紀後半と言われ、オープンカフェも約1世紀の歴史を持っている。(もっともパリではオープンカフェとは言わない。カフェテラス、あるいは単にテラスと呼んでいるので、本章でも以下「テラス」という表現を用いる。)

現在、テラスや屋台など、歩道の商業的利用は主に「公道における露店およびテラスの設置に関する条例」によってコントロールされている。歩道上での営業希望者は、この条例に基づいて手続きを行い、市長の許可を得なければならない。また、歩道や広場の商業的利用はすべて有料であり、パリの場合、その使用料収入は年間約30億円にのぼるといふ。歩道のテラス利用に関する主な規制内容は次のようなものである。

商業的利用が可能な範囲は、原則として歩道の有効幅員の1/3までであり、1.6m以上の歩道スペースを残さなければならない。また、幅0.6m以下のテラスは営業を許可されない。したがって、テラスが設置できるのは幅2.2m以上の歩道である。

テラスには、露天の「オープンテラス」と簡易パネルの壁・屋根を持つ「囲い込みテラス」の2種類がある。いずれも設置が認められるのは、建物1階でレストラン、カフェ、居酒屋、アイスクリーム屋を営業している者だけである。また、オープンテラスの可動物は夜間すべて店内に片づけなければならない。また、囲い込みテラスは8時間以内に撤去できる構造でなければならない。

幅員20mの歩道を持つシャンゼリゼ通りについては特別規定が設けられている。ここでは、歩道上で営業を認められるのは1階で飲食店を営んでいる者だけであり、物販は認められていない。テラスの設置には基本型と拡張型があり、前者は建物の壁から5mの範囲でオープン

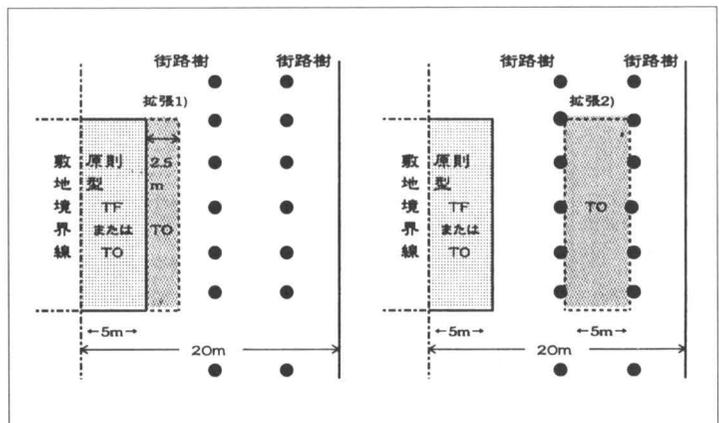


図9 シャンゼリゼ通りのテラス (出典：文献5)

テラス、囲い込みテラスのいずれかが許可される。後者は、前者に加えて認められるオプションで、基本型に隣接する幅2.5mのオープンテラスと、歩道中央に植えられた2列の街路樹の間に設置される幅5mのテラスの2種類があり、いずれかを選択することができる。また、パラソルや天蓋の色は赤・白・青の3色に限定されている。

街路をはじめとする公共空間を積極的に利用する。しかし、勝手に使ってよいということではなく、明確なルールをつくり、にぎわいを生成し、しかも快適な歩行空間としての機能も確保する。これがパリにおける歩道利用の基本姿勢である。日本では、公共空間を使わせないためのルールをつくってきた。しかし、これから必要なのは、街の魅力を高めるために、より有効かつ円滑に公共空間を利用するためのルールであろう。

5 広島オープンカフェ

ここ数年、中心市街地の活性化に対する関心が急速に高まるとともに、にぎわいの舞台とし

て公共空間を再認識し、その柔軟な利用を図ろうとする試みが各地で行われるようになってきた。名古屋の実験の翌年、広島市の平和大通りで行われたオープンカフェは、そのような試みの中でも、道路空間を長期に占有して開設された先駆例として特記すべきものである。

この「平和大通りオープンカフェテラス」は、飲食業組合、ホテル旅館組合、観光協会、広島市などで構成する「平和大通り有効活用実行委員会」が主催し、1998年8月20日～9月18日の約1か月間、広島の都心部を東西に貫く100m道路内の緑地を利用して実施された。カフェ・ド・ヴェールと名づけられたオープンカフェの席数は160、約1か月間（25日営業）の総利用者数は9,970人であった。

公共空間を活用し、にぎわいを生み出すという点で、広島の実験は多くの示唆に富んでいる。ここでは、それを法的制限の克服、運営体制づくり、コンセンサスづくりの3つの側面から整理しておこう。

平和大通りは道路であり、カフェが設置された緑地帯も法的には道路空間の一部と見なされる。したがって、その占有には道路法に基づく

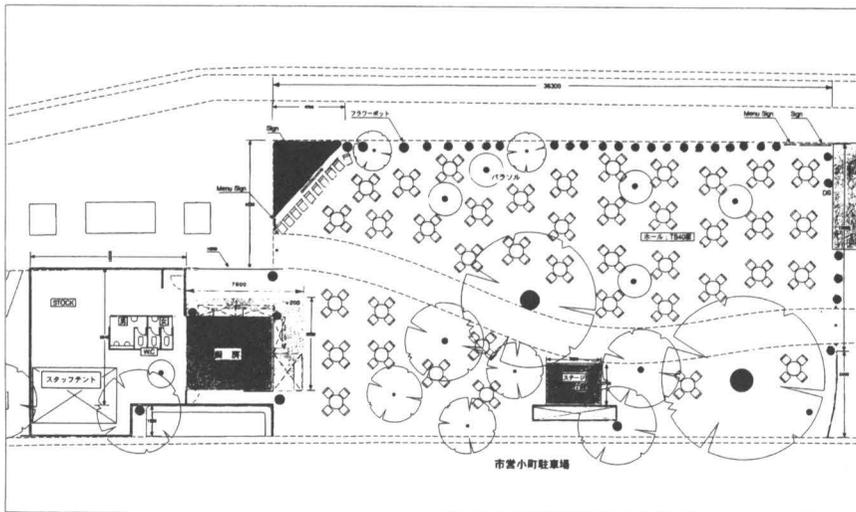


図10 カフェ・ド・ヴェール平面図（出典：文献8）

許可が必要とされる。カフェ・ド・ヴェールは、営利を目的としたものではなく、中心市街地の活性化を図るための試行であり、公益性が高いということで許可された。一方、道路交通法に基づく道路使用は、営業時間を限定し、自主警備の徹底を図ることを条件に許可された。また、食品衛生法に基づく飲食店営業許可は、季節的営業として認められた。いずれも、行政が関与する公益性の高い事業であることが、特例的許可の有力な条件になったと考えられる。

カフェテラスの実施主体は、先に述べたように、広島市と飲食、社交、喫茶、ホテル旅館の業界団体、市観光協会が構成する実行委員会であった。試行段階において公共的組織が事業の運営母体になったことは、制度を柔軟に運用し、周辺の営業者や住民との調整を図るうえで、信頼度の高い推進力をもたらす効果を持ったにちがいない。

公共空間利用の試みを継続して行うには、関係主体や周辺のコセンサスが必要条件になる。平和大通りのカフェでは、公共的組織が行う「試行」イベントを通じて一般市民の気運醸成が図られた。また、広島では1995年ごろから市民グループによるカフェテラス運動が行われており、オープンカフェに対する市民の認知が進み、受け入れの下地ができていたとも考えられる。

平和大通りでは、翌年もカフェテラスが開設



図11 平和大通りのカフェテラス（撮影：渡辺直）

された。初年度のカフェは実行委員会の直営だったが、2年目の営業は民間業者への委託になり、場所は2か所、期間は約2か月に拡大された。

6 おわりに

仮設の要素を使って公共空間に人を引きつけ、にぎわいを生成する点で、現状では、欧米のほうが整ったシステムを備えている。しかし、日本やアジアの都市は、本来、仮設空間の長い伝統を持っていた。

江戸時代の日本の都市で盛り場といえ、ほとんどが仮設の空間である。隅田川にかかる両国橋の袂、両国広小路は江戸一番の盛り場だが、そこでは茶店も芝居小屋も、よしず張りや筵がけの仮設建築だった。仮設の空間の中で、庶民の文化がはぐくまれ、人びとの活力が再生産されていた。そして、仮設空間を利用した都市の成熟は、江戸時代だけでなく、例えば戦後復興期の闇市のように、数十年前までは私たちに身近な現象であった。名古屋では、広小路通の夜店が江戸時代からの名物であり、第二次世界大戦で中心部の7割が焦土と化した後も、この夜店が復興の活力を養う場所のひとつになった。

しかし、歩道の屋台は、1960年代を境に全国の都市から急速に姿を消していった。広小路通の夜店も1973年を最後に一掃された。理由のひとつは、モータリゼーションが進み、歩道を削って車道を広げた結果、歩道が手狭になり、屋台が通行の妨げと考えられるようになったことである。当時は屋台擁護派がいなかったわけではない。けれども、こうした理由に加え、屋台の営業にはしばしば暴力団がからんでいて、彼らの資金源を絶つという大義名分のために、擁護論はいまひとつ勢いを持つことができなかった。

街ににぎわいを取り戻したい。しかし、かつての夜店をそのまま復活することは困難であ

り、おそらく望ましくもない。いま必要なのは、公共空間の利用について、現代の市民社会に合わせたルールを確立することである。その際、リーダーシップをとるのは形のうえでは行政になるかもしれないが、実際にその場所を使いこなしていくのは市民である。市民と行政が協力し、自主的な運営システムを構築することができるかどうか。それが成否の鍵を握るだろう。名古屋や広島におけるオープンカフェの実験は、にぎわい生成のルールをはぐくむプロセスとしても重要な意味を持っている。

謝 辞

久屋大通オープンカフェについては都市研究所スペースシア、パリについては都市研究所スペースシアと加藤浩司君（千葉大学大学院）、広島については広島市企画調整課と渡辺直君（千葉大学大学院）の論文を参考にした。記して感謝する。

参考文献

- 1) 北原理雄「賑わいの景観デザインー名古屋世界都市景観会議'97 ワークショップー」、都市環境デザイン'97、都市環境デザイン会議関西ブロック、pp.42-43、1997.10
- 2) 北原理雄「<にぎわいの景観デザイン>をめぐって」、C & D No.113、名古屋 CD フォーラム、pp.33-35、1998.1
- 3) 北原理雄ほか「都心における<賑わい景観>の形成と利用ー名古屋・栄における実験を中心にー」、千葉大学工学部研究報告 No.96、pp.3-20、1998.3
- 4) 北原理雄「賑わいのまちづくり」、日経研月報 No.257、日本経済研究所、pp.10-19、1999.11
- 5) 都市研究所スペースシア編『欧米のオープンカフェを支える制度的背景ー公共空間の有効活用によるにぎわいの創出と都心活性化にむけてー』、名古屋世界都市景観会議'97 実行委員会・都市研究所スペースシア、pp.3-17/ 69-88、1998.3
- 6) 日本建築学会都市景観小委員会編『海外における都市景観形成手法』、日本建築学会、pp.121-127、1999.3
- 7) 加藤浩司ほか「欧米における街路空間の公共利用制度に関する研究ー6都市のオープンカフェ運用を事例にー」、日本建築学会計画系論文集 No.530、pp.185-192、2000.4
- 8) 広島市企画調整課地域活性化調整担当編『カフェ・ド・ヴェールー平和大通りオープンカフェテラス試行報告書ー』、平和大通り有効活用実行委員会、pp.4-49、1999.3
- 9) 渡辺直ほか「街路空間の有効利用に関する研究ー広島市平和大通りオープンカフェテラスの事例を通じてー」、1999年度日本建築学会関東支部研究報告集、pp.449-452、2000.2

「都市人」はまつりで「市民」になる

センチメンタル・ファミリー代表取締役 竹内健人

毎年、盆・暮れ・正月になると僕は落ち着かなくなる。最近では、会社も店も営業しているところが多くなったが、ほんの少し前までその時節は街から人も車も消え、大通りに立てば「この道こんなに広がったっけ…」と日頃激しい様とのあまりの違いに別の次元に迷い込んでしまったかのような気になる。

されとて、今でも確かに車が減り街の中でも車は走れるものだという実感を盆・暮れには感じられるのがせめてもの救いだ。

「日本の生活文化」の中から「盆・暮れ・正月」が無くなったら……と、その慣習がしめている存在の大きさを感じる、さしずめそれは「働きバチ日本人」が「人心地つく」という心の時間、動ではなく静の「間」を保証する時と場をキープしてきたと思うからである。

環境が人を育て作るといわれるが、ある人が「環境とは自分以外の存在する全て」と表現していたのはその通りだと思える。

日本には「間」という表現がある、間違い、間抜け、間合い……関係するものとの「間」が人を育て作るということで、「時間・空間・人間」という3つの「間」の関係によって人は日々生きていともいえるだろう。

日常の「間」から非日常の「間」へ、盆・暮れに都市から人や車が消えることによる「間」、都市から里に帰り日頃は人気のない里が俄かに賑やかになる「間」、生活環境や生活リズムの変化はいつもと違う「間」をもたらす。

そこに「人心地」なる人の新たな活力源も生まれる。が核家族化、更に核家庭化している今、

盆・暮れもなく都市の民は日常への変化を消費行動に求めてきたが「モノももういらぬ」くらい持っているし……さてどのようにならぬと違う「間」を作り、「人・心・地」つくのだろうか……。

本籍も名古屋に移し、在所といわれる町には知人も殆どいない名古屋人の僕としては盆・暮れのウズキをとりあえず田舎へ行くことで変化をつけることにしている。

盆・暮れの田舎にはそこにしかない、その土地に育まれた土着のスペシャリティが顔を出す。

そんな時と人の確かな営みの「間」に自分を確認し、リセットする旅だ。

そんなわけで今年の八月十五日、奥三河は設楽町の田峯で盆を過ごした。田峯の里は僕が「山里のテーマパーク」と呼び、年に一〜二回は必ず訪れる里だ。国道から分かれ山道を行くと周りを山に囲まれた里、ミニサイズの盆地の中に起伏にとんだ丘・茶畑・段段畑その間に点在する民家・昔の小さな小学校・観音様……毎年二月には日本でここだけという竹のドームで客席を作り子供歌舞伎が行なわれる「谷高座」



竹内健人

たけうち たけひと

1951年6月10日 愛知県日進市生まれ
1970年1月 東海高校中退
1973年4月 (株)センチメンタルファミリー設立
1988年8月 第1回「やろまい」事務局長
2000年1月 「2000年! やろまい」事務局長

という小屋もある。生活に必要なものはたいがい手に入れることのできる最小単位のコミュニティがあり、豊かな文化のある里が田峯だ。

そして偶然、この里で初盆を迎える家が軒あり「念仏踊り」が行なわれるという。

夜7時半頃、西の山に日が沈み暗くなる頃細い山道に108本の小さな松明が灯され、初めての盆に帰ってくる霊を迎える。

霊は「念仏踊り」の一行と共に家に帰ってくるといふ。松明の間を鐘・太鼓を鳴らし浴衣に笠をかぶった衆が入ってくる。そして故人の庭先で六人くらいづつ交代で輪を作り、太鼓を打ち鳴らし「ハネ込み」といわれる踊りが行なわれ、故人が共に暮らした里人達による盆供養がたんたんと進行する。

里の盆は偲び偲ばれ、送り送られコミュニティを確かめ合う行事であり、盆に帰る人達も含め、再会の場である。

「念仏踊り」が終わると、飲めや食えやの宴会が始まり酒も入り、祭りムードへと開かれていく。そして誰となく歌が始まり、その音頭に自然と輪が生まれ、庭では「盆踊り」が始まる。

無伴奏、唄と掛け声だけでいつ終わるともなく続く初盆の夜の「盆踊り」、里人達の踊りの輪の中には帰ってきた霊も共に参加しているのだろう。

僕も輪の中に入り5～6曲踊ってみた。まさに盆踊りとはこのことだ。

音頭取りの老人の喉から、ずーっとこうして



きた里の文化が日焼けしたその顔のシワのように確かな存在の響きとして山里の暗闇に染みわたる。

盆のコミュニケーション、時と場と人を結ぶ素朴な「人・心・地」の間の中で共同体の地べたを確かめられた気がする。

生まれた都市の祭り

「まつり」とは「時・場・人」の日常の枠組みをはずした「間」の中で、新たに人が人と出会い、関係を確認する機能を持っている。では、現代の都市生活者にとって、そのような機能を持つ「間」とは何なのだろう、どのように「間」を作ったらいいのだろうか。

ここ15年ほど前から全国で都市の新しい祭りが興っている。僕が初めて「ヤロマイ！」を長者町でやったのも13年前だった。そして豊田の「おいでん」が11年前、札幌の「よさこいソーラン」もそのころだったと思う。

それらが「バブルの崩壊」という時期と重なっているのも興味深く、「泡」よりも「実体」、イメージより「実感」というフィジカルな確かさを感じたいという欲求が、バブルの底から人々の目を覚ましたかのようだ。

始まった多くの「都市祭り」が共通して持っているのは、上から下へという戦後復興期以来のサービス提供者と受用者、与える側と与えられる側という縦の流れではなく、祭りを自らが作り楽しむ主体者として「時と場」を自分達のものとして横に広がっていく市民のネット的連携が核になっているという点だ。

ここで、名古屋近辺のそういった都市祭りのいくつかを紹介してみよう。

☆「豊田おいでんまつり」

平成元年、それまで開催されていたパレード型の「豊田まつり」から踊りを中心にした参加型の祭りにしたいとのことで始まった。

豊田市は、トヨタ自動車のおひざ元として戦



後急速に県外（全国）から人が集まり、旧住民と新住民のコミュニケーション・ギャップが多く、コミュニティ形成が難しいという問題点が街の課題であった。

そして、新住民の2世～3世が出てくるにあたり豊田を「ふるさと」として感じられるコミュニティ作りの為に、市民が一体感を感じられるような新しいスタイルの「まつり」が提案された。

夢見るあなたを感じる
踊る私の横で
はじめて会ったはずなのに
笑顔かわす人は
愛してる車の街
愛してるふるさとの空
だからトゥナイト明日に向かって走る道
おいでん みりん 踊ろまい
今夜の豊田 みんな友達

新しいまつり「おいでん」の為に作られた曲「おいでん」の歌詞の一部だが「おいでん みりん踊ろまい」とは三河弁で「イラッシャイ 見テチョーダイ 踊リマショウ」というホストの側に自らが立つことをポイントにして作られた。

そして新しい歌・踊りを共有し、時と場を共有し、新しいまつりを一緒に作り育てる過程で新旧住民の垣根を取り除き、その結果「新しい

コミュニティ意識」の芽生えることを期待して「おいでん」は始まった。

平成元年の初年度では二日間で120連一万近くの市民が参加し盛り上がりのうちに年々参加者も増え、12年目の今年は二日間で600連二万六千人が踊りに参加し、三十万人を越える観客を集めるに至っている。

☆「元気ッス！へきなん」

1998年の市制50周年の際、市民アンケートで市民がひとつになれる「総踊り」をやって欲しいとの意見が多かったところから市民プロジェクトが立ち上がった。

当初行政が主導するプロジェクトであったが、ボランティアで集まった市民が自分たちのアイデアを次々と提案し、自立したプロジェクトを作りまつりを作る過程で行政と市民がパートナーシップを確立して行く。

町村合併前の7つのブロックが50年たった今でも強く学区意識として残っており、確かに人口七万人弱の市であるが七つの個性を持った共和国的な空気を持っている。

「元気ッス！へきなん」はそんな七つの学区がそれぞれの個性を競いながら「時と場」を共有することで交わり七色の虹の橋を街にかけようという意図が会った。名づけて「レインボー作戦」というのが50周年の戦略として全体を引っ張った。

その結果、7学区それぞれのキーマンが会いコラボレーションを展開し、行政は事務局に徹することで市民の自主性を引き出したと言える。

今年の夏、3回目の「元気ッス！へきなん」は人口の一割近くが踊りに参加し、人口の半分が観客として市街地に繰り出した。

老若男女、親子、地域が日常の枠を越えて結び合い「トンデ ハネテ 元気ッス！へきなん」の掛け声に合わせて飛びハネる。

また、当日観客を大いに沸かせたものに市民



ピエロ隊があり、プロのピエロに3ヶ月の特訓を受けた小学6年生~70才までの市民30人がジャグリング、バルーン、パフォーマンス、手品などを披露し、「受ける側」から「する側」へ、「待つ側」から「動く側」へ、提供される市民から提供する市民への時代の転換を強く感じた。

☆「2000年！やろまい」

1999年から2000年に変わるその瞬間を市民が祝おうと企画された市民主催のミレニウム・イベント。

鶴舞公園と久屋公園を会場に高校生ら2000人の「太鼓群舞」、2000年の瞬間に打ち上げられた3分間に2000発の花火、そして地球をデフォルメした「地球提灯」に点灯しての提灯行列、20本のサーチライトの光の柱などが行なわれた。

全ての制作運営は資金は「地球提灯」と「はなび」の販売で賄う「市民一人ひとりがスポンサー」という考え方でノー・スポンサーで開催された。

この日集まった観客は4万5000人、当日の市民ボランティア322人、カウント・ダウンに続いて2000発の花火が打ち上げられた時は鶴舞公園内人の動くスキもなく、2000年の始まりを祝いあった。

当日ひとりの市民として参加した、松原市長のスピーチが新しい時代の行政と市民のあり方を象徴しているので紹介したい。



名古屋市長メッセージ

こんばんは、名古屋市民の松原武久です。今日は予想が完全にはずれました。この祭りにこんなにもたくさんの方が集まるとは思いませんでした。名古屋市は共催ということになっていますが許可をした程度で、本当に市民が全てやったださり、行政は裏方に徹させて頂きました。

21世紀は地球市民の時代であると言われていますが、このことを示す為に作られた地球提灯を持って、皆さんが栄まで歩くということがまさに21世紀を象徴することです。

これからは市民が行政を動かす時代だと思って、皆さんが積極的に道をつくり、リードして頂くようお願いいたします。

という、松原市長のコメントが次の時代のエンジンとしての「市民」の存在を強く意識していると思う。

☆につぼんど真中祭り

2000年8月、第二回目の「につぼんど真中祭り」が開催された。昨年5人の大学生が札幌の「よさこいソーラン祭り」に強い刺激を受け、実行委員会を作り、大学生を中心にしたボランティアが全てを運営し一回目が行なわれた。

どまつりが目指しているのは「観客動員数ゼロ！」の祭り、全ての人が踊るアホウになって



一体感を味わう楽しさを感じて欲しいという思いが「総踊り」の場を生み出した。

会場は栄・久屋広場をメイン会場に、金山・大須・そして広小路という市内中心のポイントを押さえ、54チーム、3000人が北は北海道、仙台、南は高知、岡山など全国からの参加者も増え大いに盛り上がった。

参加した連の多くの特徴は「コミュニティ連」とでも言おうか子供～高校生～大人～お年寄りまで幅広い年齢層のグループが地域という単位をベースに作られている点だ。

しかし、それも「総踊り」の中ではそれぞれの連は解体し、溶け合い混ざり合って色とりどりの衣装が混ぜんとってエネルギーを爆発させる。

まさに開いて交わり、交わって結ばれるカオティックなグループ感に酔いしれる瞬間だ。枠をはずし、バリアを無くし非日常的な時と場を共有する「祭」がある。そして、誰の目も素晴らしく輝いている……。

市民が市民の手で、自ら作り手に入れた自信に満ちた輝きがある。

紹介した4つの都市祭の事例は、それぞれの地域性をベースにしていることで状況は違うが(当然でありそれが無い金太郎アメのような地域性と切り離れた催事が多過ぎることが問題)、多くの共通項を持っている。

おそらくその共通項こそが「時代性」を象徴

し、その中に次の時代を引っ張るキーワードが隠されているに違いない5つのキーワードを出してみた。

☆キーワード

①市民主体

豊田、碧南は行政が始めに主導して出発したプロジェクトであるが、行政は場所と時間を提供し中身は市民に委ねるというスタンスであった。

その結果、市民の潜在的なクリエイティビティを引き出し、踊り手であるだけでなく運営、演出、周辺イベントまでその参加のしかたが広がっていった。

また、名古屋で行なわれた後者の二つは始めから市民主催で資金含めゼロからの出発であり、学生・社会人・主婦が最後までプロジェクトを引っ張った。

情報とネットワークを味方につけた市民は、今や与えられるのを待つ「おねだり市民」ではなく街づくりの主体者としての役割を荷える力量と能力を身につけていると思われる。

一気に100点満点を出さなくても実践の中から学び結ばれ、総体としてのプロジェクトの可能性は高く、現存するシステムにない実力を持っている。

②コミュニティ

現在社会問題としてあげられる「環境・福祉・教育」という課題の解決を考えると、その落とし所は「老人・子供が歩いて行ける範囲」という考え方をしている。

ということは、学区という単位こそ実質的な社会生活の基盤であり、都市化し風化した共同体をいかに蘇生させ、有機的な関係性を持った場に来るかが重要なポイントとなる。

この4つの祭りがコミュニティという暮らしのベースを中心に、口コミというコミュニケーションを通して下から積み上がった祭りであること、誰かにやらされている、仕事でやってい

るではなく「やりたいからやっている！一緒にやろうよ！楽しいよ！」という生の声が増幅し続け、噂として浸透して行くことに大きな力があつた。

高度情報化社会にあつて、口コミ、噂というフィジカルなコミュニケーションがいちばんリアルティを持った情報ということだ。

隣同士、仲間同士、子供同士、学生同士がダイレクトに声を掛け合い想いを伝播し輪を広げた結果がど祭りの成功にも繋がっている。

③行政とのパートナーシップ

「やろまい」の松原市長のコメントにもあつたが、これらの祭りに関して行政の関わり方はそれぞれであるが「市が主催しているぞ！」という上からの押し付けをしない点が市民の自主性・主体性を引き出している。

行政は市民のやれないこと、不得意なことを裏からフォローする。

あくまで主体性は市民というスタンスが新しい社会システムを導き出していくと思われる。

※「やろまい」では警察・消防署等への交渉、市の方に大変お世話になりました。改めてお礼申し上げます。

④知恵と創造力（コンテンツは市民にあり）

市民というと顔が見えなくなるが生活者といえれば人はこの時代、深く広い情報を持って生活している。

踊りのことは知らないが映画のことなら、機械のことは知らないが世界の文化なら……人それぞれの体験情報というバーチャル情報ではない情報を集めると実にリアルティを持った総合情報となる。

そして、企業人の経済情報、主婦の社会情報、学生の遊び情報、ばらばらでは活かない情報が結ばれるとそこにしかない情報が発信される。

何かで頭をブチ、行き詰まった時、ふと誰かが「それなら、こういう人知ってるよ…」とか「じゃ、こうしたら…」とまさに文殊の知恵で展開していく市民情報社会だ。

そして絵を描いているオバさん、前大工だったおじいちゃん、トビのお兄ちゃんそれぞれのプロの技がコミュニティのプロジェクトに登場し、多くの人が実践の中でそれを学ぶ、体験学習の場でもある。

碧南では予算カットで賞品を出せなくなった時、市民が知り合いの商店をまわり「〇〇屋のカルビ・牛タン券」「△△美容室のパーマ券」「××屋の鯛の活造り券」と集めて来た。一点が3万円分でも賞を貰ったチームが飲み食いすれば、すぐ元がとれるという商売人と市民の知恵が動かした例だ。

この市民社会にあるコンテンツと創造力を使わない手はない。

⑤女性パワーがリードする

先の見えない時代と言われ久しいが、こんな時代は女性が活躍する。いわゆる男性社会の約束事契約社会では調整、交渉という手続きの中で飛ぶことが出来ない。

「どうなるかわからないけど飛んでみよう」というのは子育てであったり、食事を作ることだったり、思ったように物事は動かない体験とそれをクリアする知恵と創造力を養っている女性（おばさんパワーと言ってもいい）の方が得手のようだ。

全ての祭りにおいておばさんパワーが無ければここまでは…と思われる。実に人の使い方、時間の使い方に長け、言ったことはやるというパワーとフレキシブルな組織を持っている。

というわけで僕なりに5つのキーワードを出してみたが、これらの要素が地域性と相俟って祭りを作る過程の中で息づき、日常の壁を越えるエネルギーを引き出す。

人は一人では生きられない。いつも一緒では息が詰まる。都市生活では常に田峯の里のような共同体関係は無理かもしれないが、せめて「非日常の間」を持つことで共感、想いの交換をすることが大切だと考える。

日常の支配する都市生活の中に、祭りという非日常的な「時と場」へ向かうプロセスとしての「まつり」から生まれる新しい「出会い、創造、学び」が人を豊かにし、コミュニティの可能性を引き出し、ひいては活力を引き出すことだろう。

2005年には万博という「時と場」があり、「万博の間」に心地つく「まつりの風」を吹かせてみたいものだ。

ナディア効果を検証する

—賑わいのまちづくりに向けて—

(株)地域計画建築研究所取締役副社長 尾関利勝

はじめに

賑わいのまちづくりと商業開発

「祭、市」のハレの場に始まる賑わいは、豊かさの獲得とともに、現代の都市生活には欠かせない「都市の装置」として日常化している。装置化する賑わいは多くの場合商業により支えられる。最近の商業開発では黒壁やおかげ横町、サンストリート、キャナルシティなどの評価が高いが、一方で大型量販店や百貨店の経営破綻が各地の商業開発を萎縮させている。「箱モノから路面～修復型、機能から祝祭型、モノから時間消費、外部資本から地域自立、成長から成熟へ」などとキーワードを指摘できるが、商業の成否はそう単純ではない。「動機と意志、立地と時代、事業企画、MDと店舗構成、環境設定、運営と経営、時の運」など「個々の条件と組合せが適正」で無ければ息長く地域に根付く成功の獲得は難しい。一時華やかな話題を提供し、その後荷物になっている開発例は多い。

本格的二極化を迎える名古屋の都心商業

名古屋ではこの5月、日本最大の床面積を持つJRセントラルタワーズがグランドオープンし「本格的な二極化時代」を迎えた。名古屋は栄地区と名古屋駅地区の二大繁華街を核としているが、街の歴史、商業集積や都市機能の多様性から栄地区が筆頭の位置を保ってきた。この構造は簡単には変わらないが、予定される建て替えや再開発で名古屋駅地区の拠点性が強まる

ことは間違いない。7月で日平均約11万人を集客する高島屋の開業直後には、名古屋の百貨店売り上げは全体で前年実績を超えたものの既存店は軒並み低下したと報道された。「高島屋出店が既存店と競合しながら名古屋商圈を拡大した」と見てよい。名古屋に本格的な二極化時代が始まったことを感じざるを得ない。「都市の魅力が競い合いの中で磨かれる」とすれば、何かにつけて魅力が乏しいと言われる名古屋の街の競合は、賑わいづくりにとっても生活者にとっても好都合なことである。

栄を活性化するナディア効果を検証する

ナディアパーク開業で「地上に人が蘇った」と言われるほど栄の歩行者流動が激変した結果、周辺百貨店の売り上げが開業の一時にせよ増加し、栄三丁目界隈における店舗増の動きは未だに止まらず、8月で約70店舗ほどになる。(目測による)開業初年度の動きを捉えて「ナディア効果」と言われ、栄が大須と連担し、大津通南部が目ざされ「栄ミナミ」と言う地域概念が生まれた。再開業の動きや新規出店動向を見ると、二極化と同時に「栄ミナミと南大津通



尾関利勝

おせき としかつ

1945年名古屋生。東京・京都での生活を経て名古屋に〇ターン。自称「まちの町医者」、シンク&ドゥータンクとして、名古屋を本拠に主に中部、専門分野では関東、関西、九州でも、生活空間を視座に都市の成熟化を目標に、時に過疎地にも時代創造のために伝承、変革、進取を基本に地域づくりに参画。(株)地域計画建築研究所・名古屋事務所所属。

時代」が来る予感がする。本稿では、ナディアパークの計画立案に携わり、計画意図の確認を目的にオフィスに入居している立場から、都市の賑わい＝商業まちづくりを視点に、今後の都心商業活性化に向けてナディア効果の内容を検証してみたい。

1 栄を元気にしたナディアパーク

(1) 栄商圈を拡大した新しい集客拠点

① 開業3年目で推定年間約8300千人集客

ナディアパーク開業初年度の平成9年10月調査で平日約16.5千人、休日39.6千人の来館者があり、年間1千万人と発表された。3年目の平成11年9月調査では平日約17千人(9年比約3%増)、休日33.9千人(9年比約14%減)だった。休日減、平日増が目される。これを平均とすると年間約8300千人となる。テーマパーク型集客施設が開業後3年ではほぼ半減する傾向と比べ、3年で10%代の減少であれば優等生である。名古屋圏の集客施設は「名古屋のまちづくりデータブック(財)名古屋都市センター)によると平成6年度で長島スパランド約3500千人、鈴鹿サーキット約3300千人、東山動植物園約2500千人、名古屋港水族館約2000千人、他では東京ディズニーランド約15500千人、天保山ハーバービレッジ約2900千人である。異種施設の同列比較は適切ではないが、商業施設の持つ



ナディアパーク外観

集客力の大きさがわかる。

② 偏った初づくしで栄の広域商圈を拡大

ナディアパーク開業直後の周辺百貨店は10～25%の入店客増と新聞報道された。近辺で複数店舗展開する飲食店ではナディア開業後に全店舗で売り上げが増加した。このことはナディア開業が同一商圈内で売り上げを取り合ったのではなく、「**栄の商圈を拡大した**」ことを意味している。これには中部地域初のロフト進出やクレアールに出店した「**地域初のテナントと商品**」が大きく貢献している。しかもナディアが「**偏った業種構成の商業施設**」であり、飲食店が少ないことが飲食を主とする周辺商業に集客効果を波及した。

デザインセンターやアートピアなどの公共文化施設とビジネスセンター(オフィス)とをアトリウムで一体的に融合させた「**名古屋初の本格的賑わい複合都市空間**」であることも見逃せない。アトリウムではナディアの集客効果を期待した外部からの持ち込みイベントがほぼ毎週末行われている。このような「**初づくしが既存商圈を拡大し、偏りが既存商業と補完しあう**」ことになった。



アトリウムのイベント

(2) 裏宅地の開発が名古屋の地上を復権

ナディアパークは南大津通から1街区西、広

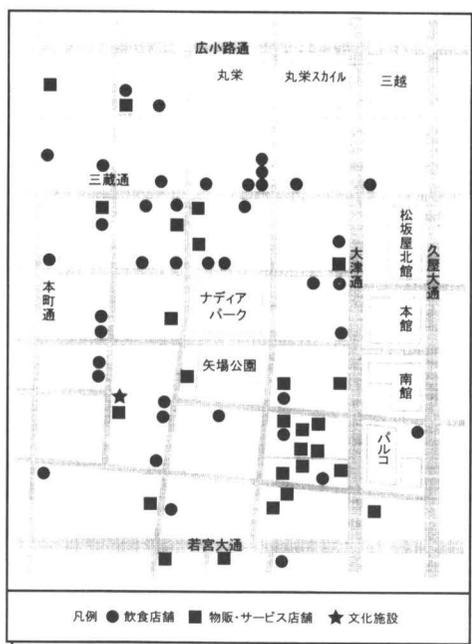
小路から4街区南の裏宅地にある。地下鉄矢場町駅から徒歩5分、栄駅から10分の距離にあり、従前評価は決して一等地ではなかった。「年間1千万人の客を地下街のない裏宅地で発生させれば間違いなく人は地上を歩く」、単純な道理だ。復興区画整理の行き届いた街だからこそ、ほとんどの区画街路に街路樹が植えられたゆったりした歩道がある。

ナディアパークは地域の要望を取り入れたまちづくりとして取り組まれたから周囲の公共空間もユニバーサルなデザインの整備が行われ、環境づくりと合わせて地上の復権と言われる栄の歩行者流動の激変に貢献した。

(3) 路面型のグルメ繁華街を再生

①約70店を数えるナディア周辺の店舗増

開業後間もなく4年になる今も周辺の店舗増が続いている。開業後1年半で20店強、3年後の昨年秋で約50店、その後現在まで累計約70店(目測)になる。既成市街地で継続的に店舗が増加し



栄三丁目界隈での店舗増

続けている現象は珍しい。「**中心市街地活性化の名古屋モデル**」と言える。百貨店丸栄の改装も注目される。ナディア近くにありながら来客増が少なかったことに加え高島屋出店の危機感から、客層を若い女性主体に絞ったMDで再構成、広小路に面したオープンカフェ導入などの大胆な転換で、見違えるほど来客増を見た。「**競い合いの刺激が活性化を促進させた**」例だ。

②グルメで特化する栄三丁目界隈

飲食店を中心に物販やサービス、ホテルも増えている。飲食店は当初イタメシが多く、その後和食、フランス、中華、韓国、インド、多国籍、麺類、焼き肉、回転寿司、居酒屋、パブ、ショットバー、ファストフード、喫茶など多彩な業種を新たに加えて栄三丁目は若向き+女性向きのグルメ街に特化し始めた。錦三丁目や栄四丁目がスナック型「**男街**」を形成したのとは全く異なり、都心に、ようやく「**女性が行きやすい飲食街**」ができつつある。これにファミリー性が増えると「**誰でも遊べる本格的な都心繁華性**」が充実する。

③「見せる店」オープンカフェ式が主流

オープンカフェ式の店舗が増えている。開閉可能な正面開放型店舗は日本の四季に適し「**店舗前にゆったりした歩道があるからこそ可能**」になる。しかも「**裏通りにもあるのが名古屋**」



オープンカフェ式の店舗

屋ならではの「パリに似た特徴」だ。オープンカフェが流行るキーワードは「見せる」にある。「店を見せる」のは当然だが「客を見せる」ことが重要なのだ。長浜が「市民が見られることで美しくなる」博物館都市づくりを志したように「見せる＝見られることはおしゃれ心の原点であり、賑わいの原理」である。オープンカフェの意義は「客を見せるおしゃれ心の刺激」にあると痛感する。

④店舗増で路面型の回遊性繁華街を再生

新規店舗はナディア周囲全体で増えている。飲食店は北側の既存集積を中心に全方向に展開し、松坂屋やパルコのある大津通側はファッション店が多く、海外ブランドの出店意向も聴かれ、再開発の兆しもある。大須方向にはカジュアルファッション、リビング・インテリア、トイ・雑貨、アンティーク、画廊が歩いて飽きない適度な距離に点在し、西側では古いビルを再利用したアットホームな飲食・バー、演芸場、小物雑貨などが増えてきた。このように「それぞれの通りやエリアに適した業種・業態」が既存ビルの再生や小規模空地の店舗建設で増えてきた結果、ナディアの周囲が「路面型の界限性を持つ繁華街として再生されている」ことに注目したい。



路地にできた新規店舗

(4) 栄ミナミの地域概念を形成

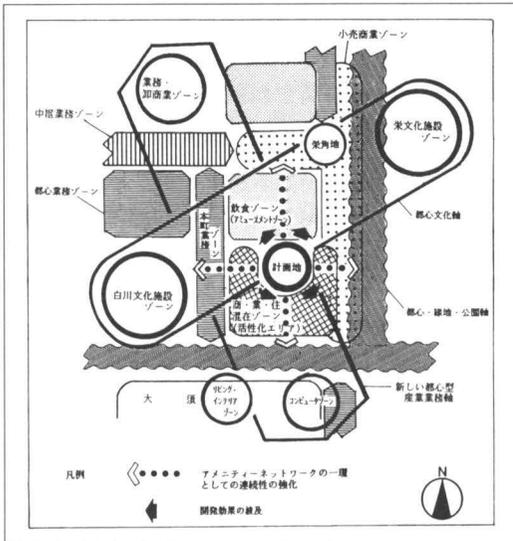
ナディアとパルコ南館の新設で南大津通のファッション性が高まり、栄と大須間の流動客が増えた。他の南北の通りにも、歩いて飽きない範囲でのおしゃれな店舗の出店が両地区を接近させている。大須の北、若宮大通付近に店舗が増えはじめ、両地区間の往来が増加し、徐々に栄と大須とが一体化しつつある。このような街の動向をキャッチしたタウン誌が「栄ミナミ」の概念を生み出した。賑わいや歩行者の増加は予想できても新しい地域概念の派生までは予想していなかった。

2 元気づくりの要素を分解する

(1) 街の壁を取り払った裏宅地開発

ナディアパークは地域の勤労青少年が学んだ夜間高校・中央高校跡地を利用するまちづくりとして取り組まれた。地区の沿革は城下町碁盤割りの南にあたる昔からの問屋街で、大津通・広小路の目抜き通り、証券取引所や金融街背後のもてなしの街として発展した。これを受け継ぎ北は飲食街、西は本町～長者町に続く問屋街、南は大須に続く城下南の寺町にあたり、今も大樹のある社寺、長屋や路地のある下町風情の町並みを残している。

学校だったことが周囲の都市機能の連続性を妨げる街の障壁だった。「マイナス要因である壁を取り除き、街が周囲に繋がる風通しの良さを確保したこと」がまちづくりの貢献に繋がった。このようなまちづくりの考え方をコンセプトとして企画、コンペによる事業はこの趣旨を的確に反映した。多数の導線設定を嫌う商業施設にあって、四方に広がる大胆な曲線の導線は、欧米の流行とは言えアメリカ人デザイナーの感性で街との関係をうまく取り入れた建築設計として評価できる。



まちづくりのコンセプト概念図

(2)既存商業集積との差異化と相乗効果

どこでもあるワンストップ型SCではなく偏った商業の構成が集客力を高め、既存商業集積との分担で顧客の相互流動を創出し、その不足を補って新規店舗が増え続けている。このことは既存商業地で新たな商業の導入を図る場合の重要な視点となる。「競合で活性化をめざすか、差異化で協調を計るか」は地域の事情やデベロッパー、テナントによっても異なる戦略だが、ナディアの場合は後者を選択した結果、既存百貨店とも商店街とも協調しあう相乗効果を発揮することができた。そのようなテナントを確保できたことは「運が良かった」と言わざるを得ない。コンペ実施グループが最も苦心した努力の結果だ。

(3)多様な効果を持つ複合機能都市開発

①賑わいの日常化のための複合機能開発

都心商業を計画する場合、平日と休日の格差を縮めることが重要である。売り上げとバランスしたコストのかけ方が施設の安定経営に繋がる。ピークの平準化は複合開発の基本的戦略でもある。三大都市の都心観察から常々「都心商

業は業務と併存してこそ成立する」と理解してきた。都心勤労者は多大な消費者であり、今後女性の社会参加が増えれば、この傾向はより強くなることは間違いはない。

②賑わい＝快適勤労環境づくり

もう一つのテーマは「勤労環境の快適さのための複合」である。形式的なオフィス空間を和らげることは、心を病む勤労者が無数にいる現代の社会課題であり、都市・建築計画の課題でもある。常々「生活空間としての都市づくり」を模索し、かつ自ら働く環境への願望から、商業と複合したオフィスを勤労コミュニティ空間と位置づけてこの計画で提案した。激論の末入居した結果は正解だった。都市的な賑わい空間の中を通勤する快適性に加えて活動の利便性を伴い、ビジネス、NPOに関わらず来訪者が激増した。この体験から「複合は商業の賑わいにも勤労環境にもどちらにも必用な現代的手法である」ことが実証できた。今でも複合計画を提案しているが、多くの場合「商業の複合とは時代に逆行したバブル的発想」として否定されがちである。筑波の反省に見るように、様々な心の悩みを持つ都市生活者にとって「賑わいの場は癒しのコミュニティ空間」でもある。形は異なるがSOHOとも共通する発想だ。この視点から、今後オフィスビルのリニューアルが都市再生のテーマの一つになると予想している。

(4)PFIを先駆した土地信託事業の採用

この事業企画を検討していた頃は、バブルの上り坂だったが、地価が高すぎて名古屋の賃料事情と合わず在来方式では事業成立が見込めないため、名古屋市計画局(当時)担当者との協議で、土地信託事業であれば初期投資を必用とせず、賃料に地価を反映しないためビル経営の確実性が高い最適方式と判断した。いわばPFI的事業の先駆けである。

(5)まちづくりを実現した公民連携事業

開発の発端は地域の活性化に資する中央高校跡地利用への地元要望である。これを受けて名古屋市計画局（以下各局とも当時）が土地信託事業と特定街区の都市計画による企画を立案し、教育委員会の青少年文化センター、経済局所管の国際デザインセンターを導入、周辺街路や公園整備を所管する土木局、農政緑地局、名古屋市関係施設的设计監理を担う建築局の参加のもと、事業コンペによって信託銀行を中心とする民間事業者を選定し、公民連携で具体的に事業を実現させた。この間の調整や合意には結果では見えない多大なエネルギーが費やされている。「地域と名古屋市、名古屋市各局間、名古屋市とコンペ事業者」など多様な連携でまちづくりに取り組んだことがこの事業の最大の特徴だろう。通常の単独開発であれば街との連携はさほど期待できない。「まちづくりとして取り組んだ関係者のエネルギー」が街の賑わいづくりに多大な波及を生んだことを特筆したい。

おわりに

賑わいが祭のエネルギーに端を発するとすれば、現代の賑わいにも精神の高まるエネルギーが欠かせない。賑わいの日常装置である商業にも当てはまる。近年、既成市街地の商業開発には萎縮傾向が見られる。先が見えないだけに短期的償却などのコスト主義に走りがちだが、それだけでは一時的効果しか生まれず、逆に環境コストを増やす恐れが高い。時と場にふさわしい計画に、高揚したエネルギーを注ぐことが求められる。

同様に都市の賑わいを考える場合、消費だけでなく生活の視点で都市を捉えることが必用だと感じている。ナディアの計画に携わる頃から都市を遊園地と例えてきたのは、ディズニーランド現象を捉えた風俗的発想ではなく、生活の場としての発想からだ。かつて大多数の日本人

の故郷は田舎だったが今は都市が故郷である。心躍る田舎の祭が都市化しなければ都市は故郷にはならない。賑わいの原点は癒しの環境を含めてそこにあると考えている。生活空間を豊かにする志で都市にエネルギーを傾けて行かなければならない。

本稿では紙面の都合でデータや負の側面の記述を割愛した。経験に基づく主観的論調で参考にならないかもしれないが、セントラルタワーズの動向も含めて、今しばらく生活者の目で都心を観察し続けたいと考えている。

にぎわいと創造

—渋谷を解剖する—

多摩大学教授 望月照彦

1 渋谷との出会い

今、渋谷が熱い。東京の街の中で、いや日本の街の中で一番注目されているのではないか。“渋谷系”という言葉がある。ファッション、サウンド、カルチャー、レストラン、ショップ、そして何とラーメン店までが渋谷系であることに意味がある時代になった。都市文化の巨大なインキュベーター“渋谷”。

なぜ、そんなにも渋谷という街に注目が集まり、その動態から目が離せないのか。多様なビジネスが集まり、多様な情報が集まり、多様な風俗が混在し、従って多様な人種が集まる街“渋谷”。その秘密に迫ってみたい。

渋谷と私の関係は古い。大学を出て、初めて会社勤めをしたのが、渋谷駅前に立地した大手のデベロッパーだった。今からかれこれ30年以上前のことである。

当時は、丁度現在と同じような混沌とする時代、変革期に日本は当たっていて、「'70年安保」「大学闘争」「高度成長期」「大阪万博」といったキーワードを並べると時代状況が理解できる。「ミレニアム」「IT革命」「ネットバブル」「愛知万博」と現代のキーワードを対応させて並べてみると面白い。何か不確実で、奇妙な明るさがあり、社会は何ものかに憑かれていて、しかし変革の予兆には満ちている。そんな共通点のある30年前に私は社会人の第一歩を渋谷の駅前から踏み出したのだ。

私はその会社に3年勤めた。真面目に仕事を

やったと思う。会社での仕事はその後の私にとって貴重な体験となった。大企業でなければ体験できないことが沢山あった。さらに会社を引けた後の上司や同僚、大学時代の友人たちと飲み歩き、徘徊した渋谷の街も私には大切な都市研究の“先生”となった。そしてその二つ、会社での仕事と渋谷での街体験は不思議な感じで結び付いていた。

デベロッパーに勤めて2年目に、私は住戸数でいえば一千戸の民間開発としては大きな住宅団地の計画を担当していた。私の大学院での研究はアーバンデザインであったが、それは“まちづくり”や“コミュニティ”という概念にも深く関与していた。その団地の計画は、それまでの私の研究の実践の場として目の前に登場した感があった。団地をハードな計画だけなしに、コミュニティの醸成の場として私は捉えたかった。

民間の団地であるから、施設内のスペースは買い手の占有面積を増やすことが収益に繋がる。それでも私はコミュニティのための公共のスペース、コミュニティホールのようなものがほしかった。上司を説得するために住宅公団の



望月照彦

もちつき てるひこ

- 1967年 日本大学理工学部建築学科卒業。
- 1969年 日本大学理工学部大学院卒業。
日本大学助手、民間デベロッパーを経て独立。
- 1979年 望月照彦都市建築研究所設立。
(1990年に望月照彦研究所に改称)
- 1989年 多摩大学経営情報学部教授に就任。
現在に至る。

開発した大島4丁目団地を視察に訪れた。そこでは公団が初めて住民のための集会スペースを設置していたからだ。管理人に案内された集会室は畳のがらんとした部屋で、貸出の記録ノートには頻繁に利用されている気配がなかった。気落ちをした私は口の字の様に囲われた住棟の中庭に出た。冬の冷たい風がその中庭を吹き抜けていった。人っ子一人いなかった。しかしそこに思いもかけず焼き芋屋の屋台がピロティから中庭に侵入してくると、その焼き芋屋のおっさんは腰からメガホンを取り出すと住棟の吹き抜けた空間に向かってやにわに「焼き芋～、焼き芋～」と叫んだのだった。すると住棟の各階の扉が次々に開いて、三々五々と子供を連れた主婦達が中庭に降りてくるのだ。この映画を見るような風景は私にはショックだった。

団地の住民にとって、コミュニティホールではなく、焼き芋屋の屋台が集合の契機となっている、それが私に大きな啓示を与えてくれた。

2 渋谷体験

会社に帰っても、屋台の事が頭から離れなかった。その夜、私は渋谷の街に繰り出した。街の中の屋台の生態を見てみたかった。それまでに、私の薄給が何度も屋台で飲む機会をつくってくれた。しかし、その屋台が集合の契機を生み出しているなどという意識は皆無だった。会社の建物の裏側にあるガード下や宇田川町の商店街の奥まったところに、屋台は何台も存在している。丁度、盛り場の明暗の襞の上にそれらは自分のポジションを定めているようだった。人々は屋台を囲んで大仰に騒いでいる。屋台は人間を解放させる。ひょっとしたら<屋台とは都市の囲炉裏ではないか>などという想いが私の頭を過っていく。

渋谷駅の前原方向に向かう線路沿いにある<のんべい横丁>も、かつては屋台の集合体であって、それらが定住する形で進化して現在の

横丁になったのである。そんなことも、屋台に興味をもたなければ知ることはなかったであろう。

渋谷における屋台調査の最初の夜、私はセンター街の奥にある一台の屋台に腰を据えた。「佐藤さんの屋台」と呼ばれていたもので、その屋台の主人である佐藤さんとその後すっかり懇意になってしまい、屋台のイロハを佐藤さんにしっかりと教えてもらうことになった。佐藤さんは明確な“屋台哲学”を持っている。それは「屋台は都市の媒介物である。従って屋台の存在できない都市は都市ではない。」という哲学である。屋台は確かに人と人との媒介物である。都市の明と暗の媒介物である。そして人と場所の媒介物でもある。私の様なデラシネ(根無し草)人間が腰を下ろして人や時代や地域に関係していく最高のメディアであるのだ。

当時、情報学者のマクルーハンが言っていた「メディアはメッセージである」という言葉を借りれば「屋台は都市のメディアでありメッセージである」ということになろうか。

その後、屋台のフィールドワークは新宿や銀座や浅草にまで広がっていった。屋台と共生できない都市は都市ではない、佐藤さんに教えてもらって私の信念もそうやってできあがっていった。

会社は3年で辞めた。しかし渋谷との縁はそれで切れた訳ではなかった。むしろさらに渋谷との関係は深くなっていったのである。

会社を辞めたのは、会社自体や給料に不満があったからではない。大学時代の仲間が、当時注目されだしていたベンチャービジネスをスタートアップさせて、その創業に参加したからである。ベンチャーといっても、ハイテクではなくハイナレッジを武器にしたベンチャーシンクタンク・UP(アップ)というマイクロカンパニーを起業させたのである。

UPは、まちづくりや地域ビジネスのプランニングやコンサルテーションのベンチャーだっ

た。そんな仲間との起業を知った私の恩師の一人となった中村秀一郎先生（ベンチャービジネスというコンセプトの生みの親で、当時専修大学の教授だった）の引き合わせで出会ったのが渋谷に進出して話題を蒔いていたパルコの総帥・増田通二だった。

ファッションビルの先駆を為したパルコの渋谷における登場は、それに先立つ西武百貨店の1968年の進出に遅れること5年であった。それまでの渋谷は完全な東急グループのドメインで、それらの存在があまりにも大きかったので、他の商業資本が参入することが難しかったが、その壁を打ち破ったのが西武グループであったのだ。

渋谷が相変わらず東急グループの牙城であったら、街の魅力はこれほどまでにならなかったであろう。多様な文化や資本が参入し闖入する土壌が生まれたからこそ、渋谷系や渋谷ブランドが胚胎され、生み出される豊かな土壌が形成されたのだ。

3 渋谷の地勢学

屋台との出会い、そしてパルコの総帥・増田通二との出会いは私に大きなインパクトを与えた。増田は、都市づくりに不動産デベロッパーとは全く異なった視点と発想を持っていた。私は、大手のデベロッパーに勤めていたころから渋谷の中で最も注目していたのは公園通りと呼ばれていた通りだった。オリンピックの時に大手町から移転したNHKの本社に向かうアベニューである。軽い坂をなしたその通りには劇場を抱えた教会や、オープンステージで詩の朗読をする洋菓子屋や美しい姉妹が経営するボルシチ屋があったりして、未成熟であるが魅力的な街だと私は考えていた。ところがその通りのと真ん中に当時のファッションリーダーとなるパルコを進出させたのが増田だったのだ。

私がUPを経営しだしてから数年後、公園通

りのパルコのはす前にある古びたビルの4階の増田の社長室で私たちは出会っていた。パルコを機軸にした渋谷のまちづくりに知恵を貸して欲しいということだった。増田は堤清二の西武流通グループをセゾングループと改名しそれらの企業の本社を池袋のサンシャインビルに集めるという構想に乗らずに、相変わらず小汚い渋谷のビルに本社を置いていたのだ。増田の発想は「商人は、超高層ビルに入居して雲上人になってはだめだ。あくまでも地上を這うようにして生きていくのが商道だ」といって、公園通りの脇のビルからあくまでも離れなかったのだ。

その後、私たちはパルコのビルの周辺を、特に裏町と思われていた公園通りから奥に入った小路や路地や横丁を街の界限性を高める道具として店づくりや環境づくりを手法にしてソフト開発していった。それまで、道玄坂や宮益坂を中軸とした渋谷の導線は、この公園通りまで広がっていったのだ。この戦略は当たって、人々は公園通りに集まるようになった。こういった裏町開発を中心にしたまちづくりは、今でも渋谷の開発手法として続いている。新たな参入者が、常に新しい手法でまちづくりを進めていくという習いはこのときに形成されたのかもしれない。

パルコのまちづくりは、裏町の“海綿体作戦”や“スポイト作戦”に結実されていく。スポイトの様に来街者を吸引していく公園通りに面した小路活性化作戦や、路地のネーミング作戦は街全体が面白いように人々の興味を誘う、従って人々を吸引していく海綿体の様な役割を果たすようになっていくのである。

セゾングループは、東急ドメインの渋谷で思うように大暴れしていくのであるが、しかし地元の東急が黙っている訳にはいかないであろう。東急グループがセゾンの侵入を契機にして、新たな都市戦略を展開した第一弾が、“東急ハンズ”であったのだ。生活関連雑貨や趣味趣向品のみを集めた専門大店と呼ばれるこの業態は、

パルコよりもさらに富ヶ谷に寄った奥まった立地にもかかわらず、大いに人気を集めた。渋谷の東急ドメインを復活させる戦略は、さらにファッションビル“109”や東急百貨店本店裏の“東急 Bunkamura”の文化拠点づくりまでに展開され、またさらに2000年の春にオープンしたく渋谷が大人になる日>というコピーで立ち上がった“マークシティ”にまで繋がっている。このところの渋谷マーケットの席卷戦略は、他の資本に対して東急グループの活躍がまた一歩リードしているようだ。都市の企業資本が激烈に競争して、街に次々にイノベーションを引き起こしていく、そのパワーが渋谷という街の魅力を浮き彫りにさせているのであろう。

4 渋谷の地域資源

これまでに、二つの商業資本の葛藤にも近い都市ドラマを私が関係した局面から眺めてきたが、それらは実のところ渋谷の魅力を生み出す苗床のごく一部に過ぎない。

もう少し鳥瞰図的にみると、21世紀型都市のための大変なリソース（資源）がこの街に内在され、また取り囲んでいるのだ。

まず、渋谷の支持マーケット（市場）であるが、周辺域には山の手線内部に青山・麻布の高級ゾーンがあり外部には松濤・上原のようなやはり高級ゾーンが控えている。田園調布のある東横線や戦後に開発された田園都市線が成熟期にさしかかって、これも潤沢なマーケットを生み出している。パルコの機関誌「アクロス」（すでに廃刊）が調査分析してこれらの市場を“ニュー山の手”と命名した。すなわち日経新聞を最も読み、パソコンを最も使いこなす人種をヒンターランドに持つのが渋谷なのである。これは、新宿や銀座や池袋のマーケットには存在しない環境であろう。潤沢な市場が潤沢な都市を育てるのである。

さらに渋谷の特性は、ユニークな都市機能の

集積にある。公園通りが栄えたのはパルコと路地開発だけでなく、NHKセンターの門前街だったからである。NHKは紛れもなく世界の情報センターの一つであろう。そのために情報は勿論のこと、人が集まり、企業やベンチャーが集まり、ビジネスが集まり、お金が集まる。NHKセンターは情報文化を街に提供しているのである。また駒場に東京大学の教養学部が存在する。堕ちたとはいえ東大である。中にはキテレッズな（優秀な）人材もいるであろう。最近、東大生の中からもハーバード・ビジネススクールやスタンフォード大学と同じようにベンチャー起業を目指す人間もでてきているというから、人材のインキュベーター機能を果たすのではないか期待が持たれる。東大に対して、それ以上の人材を輩出しているのが私には文化服装学院であり、桑沢デザイン研究所ではないかと思われる。文化服装学院は新宿に近いから新宿区のように思われるが、渋谷区である。ここからは三宅一生や高田賢三、ヨウジ・ヤマモトなどの世界的なファッション・デザイナーが輩出され、その勢いは衰えていない。今やアジアのデザインセンター的な役割を果たしているといえるだろう。桑沢デザイン研究所はNHKセンターの脇にある目立たない専門学校であるが、バウハウスの教育で有名であり、新たにCI（コーポレート・アイデンティティ）計画の権威である中西元男氏を中心にして「新バウハウス計画」が展開されている。この二つのカレッジは、21世紀に重要な意味を持つてくるであろう。それはアートデザイナーやファッションデザイナーを次々に生み出す苗床だからである。

なぜ、アーティストやファッションデザイナーの存在が大切なのであろうか。

いまアメリカの次世代の産業の担い手は、コンピューターの技術者ではないといわれている。産業集積地も、そのモデルはサンフランシスコの郊外の“シリコンバレー”ではなく、ニューヨークの“シリコンアレー”だとされて

いる。開発テーマも IT のための純粋技術ではなく、コンテンツ（中身のソフト）が主題になってきている。そのコンテンツのデザイナーこそがアーティストなのである。

それらの先行の親玉が、幡ヶ谷の孫正義が率いるソフトバンクであり、山手通りのアスキーなのである。これらも何故か渋谷に立地している。

5 渋谷の未来を彩る流れ

ここ2年ほどの渋谷で、最も騒がれたのは「ビットバレー」ではなかったであろうか。

その名前も最初“渋”の“ビター”と“谷”の“バレー”がジョイントされて“ビターバレー”とされたのであるが、新しい起業家のグループ名としては少々渋すぎるということになって、情報の単位である bit から「ビットバレー」となったのである。

この社会的な運動は、1999年の春頃から胎動してくるのであるが、その言い出しっぺのメンバーは渋谷に立地していたネットベンチャーのネットエイジ社長・西川潔氏とネットイヤーグループの小池聡代表らであるという。彼らは次々に渋谷に集まってくるネット関連や情報関連のベンチャー、マイクロビジネス起業に触発されて、<シリコンバレーの向こうを張るような集積を渋谷で興して、新ビジネスや新企業のメッカにしよう>という共通の思いがあったという。彼らが起草した『渋谷ビットバレー構想宣言』には次のような下りがある。「世紀末の社会変革期。その主役がインターネットであることに気づいた若いベンチャー企業が東京・渋谷付近に続々と集積している。その土地の風が未来有為の若者をひきつける」。

宣言にある“その土地の風”とは何であるのだろうか。未来を夢見る若者たちを引き付けて止まない渋谷という土地の風は、一朝一夕にできあがったのではない。これまでに見てきたよ

うに強烈な商業資本の競争があり、その結果としての都市環境イノベーションがあった。屋台がへばり付くことのできる、人間くさい街の路地がありアールコブ（へっこみ）もあった。若きベンチャーたちが議論するのはインターネット上だけではない。素敵なレストランも安酒を煽る屋台も必要なのだ。

かつて私が富ヶ谷のあばーちゃんが一人で暮らしていたしもた屋の2階を借りてベンチャー・シンクタンクをスタートさせたように、起業の苗床となる低廉な建物やビルが沢山地域に存在していることも大切な要件だ。都市学者、ジェーン・ジェイコブスが「都市には中古のビルが必要だ。なぜならそれらがこれから事業を起こそうとする人間の孵化装置になるからだ」と『都市の死と生』で述べているが、その通りのことが渋谷で起きているのだ。今、ネットベンチャー系の会社が渋谷駅を中心にして半径2キロ圏に200~300社存在しているのではないかといわれている。10年前にはそれらのスペースを青山・原宿から染み出したマンションメーカーと呼ばれるファッション・ベンチャーが占めていたのだ。ネットベンチャーが今度はメタモルフォーシス（変容）して一挙にどこかにスピニングアウトしてしまう可能性もある。事実、ビットバレーが'99年の6月に開いたパーティには200人が集まった、2000年の春には2000人を超える人間が集まって、ネット上でも制御不能をもたらし、具体案件の進捗を除いてビットバレー・アソシエーションの活動は中止に追い込まれている。あまりの過熱の結果である。

都市の中に、新たな産業集積やビジネス集積が始まる条件として一般に4点が挙げられている。その第一はジェイコブスがいうような、中古ビルのような起業しやすい安価なオフィスが存在すること、第二は新たなビジネスの担い手であるアーティスト（芸術や技術の専門家）の集積、第三が知的なインフラ（大学や専門学校や情報センターなど）が存在すること、そして

第四は都市の殷賑振り、都市の魅力である。

産業革命は農村の囲い込みから始まった。20世紀の重厚長大型の産業は臨海部の囲い込みで進展した。21世紀のナレッジや情報を基軸にした産業は都市に今度は囲い込まれて発展するのではないか。

6 新たなフェーズが街角に

最近、さる新聞の見開き一面の派手な広告をみて、何かピンとくるものがあった。

それはある出版社の女性向き新刊雑誌の広告であったが、メインのコピーは「日本が世界を変えるのは、ハイテクでもクルマでも無く、あなたの娘さんの変ちくりんな格好、かも知れない。」というものであった。そして、その広告に出ている娘さんたちの格好、ファッションはまさに渋谷で私が出会う変ちくりんな娘たちのものだった。

以前、ベネトンだったか世界で一番クリエイティブなファッションは、パリやミラノやニューヨークのプロのデザイナーたちのものではなく、原宿の街を歩いている若者たちのストリート・ファッションである、としてポスターに彼らの映像を使っているのを見たことがあった。

ネットを使ったビジネスで、BtoBとかBtoCからCtoBが流れであるといわれている。すなわちCの消費者がデザインや価格や商品開発でリードするということであるが、これはもうすでにCtoCの段階ではないかと私には思える。

渋谷や原宿を歩いている若者たちは、例えば文化服装学院に通っている人間はデザインも縫製もできてしまうから、自分で自分の造った作品を着て街を闊歩しているのである。いって見れば街のストリートがアトリエでありデザインセンターであり、ショップであり、ビジネスの場所でもあるのである。

都市の盛り場は、消費の象徴として存在していたが、これからは創造の象徴としての機能を獲得するのかもしれない、と私は新聞の刺激的な広告を見て思ったものだ。その強力な複雑系の仕組みを“渋谷系”が内在させているのだ。渋谷の“にぎわい”は、人々の行き交うにぎわいだけでなしに、文化や情報や資本や時代が行き交う姿の総体であろう。それがまた、他の街が取って代われない渋谷の魅力なのである。

それにしても、「街に情報あり」といっていた寺山修司やベンヤミンは偉いものだとは感心して、いまでもこうやってモダン荷風のように渋谷の街を徘徊しているのである。

商店街の魅力づくり

(株)アイシーエム企画代表取締役 飯村 博

1 はじめに

全国に12,000カ所前後立地するともいわれる商店街の多くが近年のモータリゼーションの進展に伴う大規模商業施設の郊外ロードサイド地区への出店、公共公益施設・住宅等の郊外への移動、さらには商業施設間及び地域間の競争激化等により、商店街を支えた基盤ともいべき市街地が空洞化し、急速に衰退し現在に至る。この衰退・空洞化が顕著になり始めたのは高度経済社会が到来した1960年代以降といわれている。

かつての商店街は、地域経済を担い、伝統や文化を継承し、地域住民のコミュニティの場として、生活の利便や潤い・豊かさの提供などを行う、文字通り「街の顔」として大きな存在であった。

店主の郊外への居住(職住分離)などもあいまってそのような商店街本来持っていた機能は失いつつあるのが現実である。

その土地が都市の中心地として育んできた「まち」の歴史や祭り、人の交流などの文化が失われつつある。

中小企業庁が定期的実施している「商店街実態調査報告書」によれば、1970年に「繁栄している」と答えた商店街は40%あったのに対し、1995年では3%まで落ち込んでいる。

(「商店街の現状」参照)

今年5月を以って廃止となった大店法によって保護されていると錯覚していた商店街を構成

する中小小売業者が競争の努力を怠ったために、生活者にとって魅力のある店舗づくりをしてこなかったことが住民の商店街離れが起り、現在のような惨憺たる状況に結びついた大きな要因の一つともいえる。

□商店街の現状

単位：%

	繁 栄	停滞及び衰退
1970年	39.5	60.5
1975年	32.2	67.8
1981年	12.9	87.1
1985年	11.1	88.9
1990年	8.5	91.5
1995年	2.8	97.2

資料：中小企業庁「商店街実態調査報告書」

2 まちなか再生に向けた「街づくり三法」

特に地方都市の中心商店街の衰退は著しく、「シャッター通り」という不名誉な名称を頂戴する商店街も多い。このような背景から平成10年度に「中心市街地活性化法」「大規模小売店舗立地法」「改正都市計画法」のいわゆる「まち



飯村 博

いいむら ひろし

1945年 京都府京都市生まれ
1970年 大阪工業大学大学院修士課程修了
(株)東建コンサルタンツ東京事務所長を経て
1985年 (株)アイシーエム企画設立代表取締役

づくり三法」が制定され、多くの商店街が含まれる中心市街地の活性化に向けた取り組みが始まったところである。

中心市街地の空洞化に対する施策は、1960年代から「商店街及び商業の活性化」を中心に考えられてきたが、その多くは効果は一時的で長期的な効果は得られなかった。

平成10年からスタートした上記の施策は商業にシフトした活性化施策から方向転換し「まち

づくり」の原点に立ち戻って活性化を進めようとするところが大きな違いで、「商店街及び商業の活性化」は「まちづくり」の結果としてついてくるものであるとされている。

一方、中小小売店と商店街についてみれば、中小小売店が活性化するためには個々の店舗が消費者を引き付けるための努力をすると同時に、商店街という複合体としての魅力を持つようにする必要がある。

□ハードとソフト事業連動の賑わい演出の商店街事例（事業内容）

青森市新町商店街（振） 全長880m、店舗数162店	アーケードのリニューアル、32ヵ所の駐車場と契約し無料共通券を発行、高齢者・交通弱者への電動スクーター貸出、毎月開催の「フリーマーケット」及び「お得意様ビアパーティ」、車道開放による「ふれあい広場」、「電動スクーターの試乗会」（各年1回）、年末・年始45日の「光のプロムナード」「X マスディスプレイ」「雪だるまロード」等ソフト事業をほぼ毎月実施。
大館市大町商店街（振） 400m、125店	「ハチ公プラザ」、コンサート貸しホール「フェニックス」の設置、「チャレンジショップ」4店、「ボランティアセンター」の開設、「ハチ公スタンプ（ポイント）」「カード化システム事業」の推進。
山形市山形駅前大通り商店街（振）600m、43店	「スプリングフェスティバル」「サマーフェスティバル」「フラワーフェスティバル」のイベント実施、「イルミネーション装飾」「歩道整備事業」等ハード事業の実施。
須賀川市中央・宮先町・上北町商店街（振） 675m、140店	「歩道整備」等リノベーション事業、「ウルトラマン・スタンプ事業」等のソフト事業の実施。
日立市日立銀座中央商店街（振） 250m、54店	商店街の「セミモール化」「アーケード」のリニューアル等ハード面の環境整備、平成9年より月1回「ナイトバザール」を開催（毎回1～3万人の利用がある市民イベントに定着）。
宇都宮市宇都宮オリオン通り街（振）250m、65店	県内初の全蓋アーケードを建替え、ショッピングモール化の他、平成9年から毎月1回「オリオンナイトバザール」等を開催。
藤岡市中央通り商店街（振） 333m、44店	完了済みのハード事業（舗道、街路灯、植樹、ベンチ等）、「フリーマーケット」の定期的な開催し「じゃんけん大会」「ミニ四駆レース」「フリースロー大会」等を実施の他、市民を巻き込んだイベント「平井城歴史絵巻」を開催。
伊勢崎市商店街（振）本町百店会 400m、60店	「夏まつり」「七夕まつり」「初市」等のイベント開催、「かかあ町チャレンジショップ」を商店街で運営「かかあポイントカード」を平成10年度より開始、3ヶ所の組合駐車場（100台）を運営の他、商店街がインターネットのプロバイダー運営を実施。

川越市川越新富町商店街 (振) 1,000m, 154店	平成11年に2つの商店街をつなぐショッピングモール「クレアモール」が完成、高齢者のバリアフリー化に対応等のハード対応の他、情報誌「WALKERS」の発行、地域共同催事「小江戸川越春祭り」「川越百万灯夏祭り」「川越まつり」「川越八幡例大祭」等への協賛・実施。
柏市商店街(振) 柏二番 街商店会 250m, 40店	平成7年度に老朽化した全蓋アーケードのリニューアル完成、タウン誌「パラージュ」(2万部発行)及び「商店街マップ」発行。
港区麻布十番商店街(振) 880m, 278店	既に電柱の地中化、歩車道の整備、アーケード撤去、ポケットパーク建設等のハード事業は完了済み、地下鉄開業に備えて「地下駐車場(350台)」を完成(平成11年)、イベントの「麻布十番納涼まつり」は東京名物(30万人集客)に、その他月1回イベント実施。
杉並区阿佐谷商店街(振) 700m, 250店	平成11年に全蓋アーケード及びカラー舗装の新設(各2,3回目)で1割の通行量の増加に結びついたが、この他5日間で100万人集客し、50年間続く「阿佐谷七夕祭」は、祭とセール両面性で成功。
中央区月島西仲共栄会商 店街(振) 500m, 150店	「切妻型アーケード」「カラー舗装」等ハード事業(昭和63年)ポイントカード事業「はっぴーCARD」(平成9年)の実施の他「インターネット体験会」を3年にわたり年2回開催。
武蔵野市吉祥寺サンロー ド商店街(振) 300m, 131店	隔月にミニ講演会「生活教室」を開催し商店主と生活者の密着化、季刊の「さんさんニュース」の発行でコミュニケーションを図る。吉祥寺駅周辺商店街による「吉祥寺活性化協議会」が行う各種事業、イベント等に協賛。吉祥寺カード(ポイントカードはお買物券併用でデビットカード導入予定)の推進、アーケード完備済み。
川崎市桜本商店街(振) 650m, 82店	平成11年老朽化したショッピングモール(カラー舗装、街路灯、アーチ、ポケットパーク等)を再生、バリアフリーも推進中の他「日本のまつり」、「民謡流し」等のイベントを実施。
川崎市平間銀座商店街 (振) 500m, 86店	夏休中毎土曜日「サマーフェスタ」(カーニバル等実施)スタンプ事業等のソフト事業の他、平成11年ショッピングモールの完成。
上越市本町4丁目商店街 (振) 250m, 111店	平成4年アーケード、カラー舗装、共同駐車場が完成、主なイベントは周辺商店街との共同の春秋の「売出し」毎月1回の「街角パフォーマンス」、平成11年度は「花でつくる城下町・高田」を開催(多くの来街者に好評)の他、月刊誌「きずな」を発行したり、商店街独自の商品開発(既に5品目が実現)を実現。
長野市大門町上商店街 (振) 150m, 21店	平成8年電線地中化、街路整備、景観整備等が完成(「都市景観大賞」等を受賞)後、「表参道冬の華」などのイベントを実施。
沼津市沼津仲見世商店街 (振) 670m, 117店	45回目の沼津名物「七夕祭」(土日は3万人以上集客)月1回の「きんいちセール」「よさこい沼津」等のイベントを実施。アーケード、駐車場(5ヶ所計120台)整備済み。

<p>安城市安城中央商店街 (振) 3,500m, 700店</p>	<p>平成10年商店街が所有する空き店舗を活用した拠点施設「クリエーションプラザ」(コミュニティホール、イベントホール等)完成、収穫祭「サクス・フェスティバル」「花いっぱい運動」「あんじょうナイトバザール」45年続く「七夕まつり」(3日間で100万人以上の集客)等のイベントの他毎月機関紙を発行。</p>
<p>高山市高山本町3丁目商店街(振) 200m, 44店</p>	<p>1～4丁目合同イベント「納涼夜市」、「二十四市」(4万人以上の集客)等のイベントの他、平成10年に電線地中化、アーケードの建替え、ファニチャーの整備等のハード事業、バリアフリーを意識した商空間を整備。</p>
<p>恵那市恵那中央通り商店街(振) 390m, 38店</p>	<p>平成11年にハード事業(電線地中化、街路整備、ファニチャー整備等)及び集客の核となる「中山道広重美術館」が完成、おかみさん会「シクラメンレディース」によるPR活動、「商店のグッズや食文化」を開発中。</p>
<p>高岡市末広町商店街(振) 300m, 70店</p>	<p>平成4年にアーケードが完成、主なイベントは「高岡万葉一店逸品フェア」月1回の「べっぴんデー」の他「七夕まつり」「クリスマスフェスタ」「獅子舞大競演会」「逸品べっぴんセミナー」等を実施。</p>
<p>魚津市商店街(振) 魚津中央通り名店街 560m, 84店</p>	<p>商店街で平成10年に「イベントホール」を完成「インターネットカフェ」「ミニチャレンジショップ」「パソコンセミナー」「お菓子づくり教室」「カウントダウンライブ」等の事業を実施して集客。</p>
<p>彦根市彦根夢京橋商店街(振) 350m, 45店</p>	<p>街路拡幅事業に合わせ江戸町家風建物に建替えたハードの完成、ソフト事業は「夢京橋ゆかたまつり」(1万人の来訪)「花よりだんごまつり」「招福招きねこまつり」で春夏秋冬イベントとして実施。</p>
<p>大和高田市天神橋商店街(振) 160m, 40店</p>	<p>平成10年アーケードを改修(ガラス張り)と商店街入口の市民会館「さざんかホール」イベント開催に合わせ空き店舗活用で「フリーマーケット」を開始(年2～3回、エコロジー意識:1万人来客)。</p>
<p>大阪市粉浜商店街(振) 350m, 118店</p>	<p>平成11年4回目のアーケード建設、月1回住吉大社に関連して「はつたつ市」(連動して「スタンプラリー」実施)の他、20年前から「住吉公園さくらカーニバル」の2大イベントを開催。</p>
<p>大阪市生野銀座商店街(振) 150m, 68店</p>	<p>平成11年空き店舗を買い取り組合でコミュニティホール「どり～夢館」(1階:イベントホール、情報発信基地、休憩施設、2階:貸し教室、3階:カルチャーホール)完成、平成2年「スタンプ事業」を開始、「夏まつり」の他、「どり～夢館」を使った区とのタイアップによる各種イベントを開催。</p>
<p>大阪市天神橋3丁目商店街(振) 450m, 140店</p>	<p>平成9年「新アーケード」「ギャラリー・トワジウム」(情報交換の場として活用)完成、空き店舗を活用した組合所有の長期レンタルの「おかげや」短期レンタルの「MONO-GOTO館」「おかげ屋台」を実施の他、天満宮と堀川戎の街として「天神祭」「戎市」「七夕祭」「大道芸祭」等一過性でないイベントを開催。</p>
<p>岡山市奉還町商店街(振) 350m, 117店</p>	<p>平成4年アーケードの改修・カラー舗装完成、平成10年空き店舗を活用したコミュニティホール「奉還町りぶら」完成(運営は、「おかみさん会」)、イベントは「国際交流盆踊り」「おかやま国際貢献NGOサミット」など来街者、地域住民、商店街が一体となるものを実施、「奉還町りぶら」では月例のイベントを実施。</p>

鳥取市新鳥取駅前地区商店街(振) 650m,147店	平成11年街路整備事業に合わせ歩行空間等の整備が完成、空き店舗活用「白うさぎメロディ館」開設「こころのうたコンサート」「メロディアンワゴン」「土曜夜市」等の継続性のあるイベントを開催。
浜田市浜田駅前銀天街(協) 380m, 107店	「浜っこ夏祭り」で車道を歩行者天国にした「石見神楽」の実施、他商店街と連携したイベント「浜っこ春まつり」「浜っこ夏まつり」商店街独自の「エキサイティング大蛇」「歳末ジャンボ大抽選会」「大蛇ねぶた」等イベント、平成8～9年空き店舗活用地情情報館「さんさんいわみ情報館」開設、店頭のFAX活用の「ふれあいFAXサービス」大学等と商店街間「巡回小型バス」を運行。
岩国市中通商店街(振) 250m, 55店	平成2年アーケード全面改装、平成3年実施に空き店舗(100坪)借用しイベント場「中通プラザ」開設、「日曜野菜市(初年度商店街がバックアップ、翌年から自主運営)」等年間20回超のイベントを実施、平成9年空き店舗(36坪)をミニショップ集合店舗開業、翌年街のくつろぎ場「街の駅」に変更。
山口市中市商店街(振) 210m, 55店	平成3年アーケード再築、平成7年コミュニティホール「ナック」建設、前に「恵比寿社」建立、地域住民参加イベント「恵比寿祭り」月1回(住民と一体行事)の他、毎月、季節毎の数多くイベント実施。
高松市田町商店街(振) 380m, 121店	昭和62年アーケード全面改修、年間イベントとして「楽市楽座」(春秋年2回フリーマーケット開催、同時開催イベントは「下町ライブ」「楽市オークション」等)や「七夕祭り」を開催。
高知市はりまや橋商店街(振) 135m, 45店	平成10年日本初の木造アーケードに改修(カラー舗装含む)、毎月の「はりまや市」「フリーマーケット」併設イベント、その他春の「春・あったか市」秋の「福来の市」等の大きなイベントを実施。
福岡市上川端商店街(振) 400m, 101店	平成8年キャナルシテイ開業に合わせて他の商店街と共同で「川とうりゃんせ企画」を実施(同店と共同販促実施で通行量を大幅増加:平日12,000人、休日25,000人と4～10倍に)、平成11年博多リパレイン、博多座開業に合わせ、協議会を発足させ共同販促、イベント等の多くの施策を実施。平成10年アーケード改修。
北九州市天神商店街(振) 400m, 81店	カラー舗装、街路灯、駐車場等のハード事業、「買い物の代行」「無料配達サービス」高齢者家庭に「訪問給食サービス」等事業実施、イベントは「天神ワイワイ市」「節分豆まき大会」「国際交流フェスティバル」「天神夜市」「七夕まつり」「天神まつり」等月2回事業を展開。
佐世保市させば四ヶ町商店街(振) 516m, 103店	平成2年アーケードの全面改修・路面舗装、平成5年カードシステム導入等のハード事業の他、「パスポートセール」「きらきらフェスティバル」の他にアーケードでの5,000人大パーティ、1,300人で歌う歓びの歌コンサート等市民参加型のイベントも導入。
長崎市長崎鍛冶市商店街(振) 160m, 140店	平成7～11年電線地中化、アーチ、街路灯看板の統一等オープンモール整備完成、主なイベントはサマーフェスティバル「七福神祭」長崎ランタンフェスティバルと平行でイルミネーションの実施。

大分市大分市府内五番街 商店街（振） 400m, 82店	平成6年アーケード撤去のオープンモール化完成、エコバッグ、エコストア等環境問題に積極的な取組み(平成11年より)、イベントとしては「フリーマーケット」「環境フォーラム」の実施の他、「土曜夜市」「七夕まつり」「花いっぱいセール」「スタンプラリー」「大道芸ショー」の実施で30歳台ファミリー層が増加。
川内市太平橋通り商店街 （振） 500m, 77店	平成11年アーケード完成、イベントは「まちなかフェスタ」に合わせ「つり大会」「スタンプラリー」実施の他、今後「市」実施や市営駐車場と商店街を自前の車で「ミニ買物バス」運行を検討中。

資料：商店街ヒアリング及び全国商店街振興組合連合会「続元気のある商店街100」平成12年5月を参考に作成
注）商店街名の後の「（振）」は振興組合、「m」は商店街の長さ、「店」は商店数

3 賑わいをみせる 元気な商店街の事例

活性化の努力が実を結んでいる商店街の事例を別紙表に取りまとめたが、いずれもハードとソフト事業が連動した結果ともいえる。

「市民の交流のための場づくり」や「住民参加のイベント」に取り組む例が、取り上げた商店街事例の中に多く見られるが、「中心市街地」は単なる買物のための場所ではなく、市民の交流の場としての役割を持っている。この「交流」には「市民交流」と「観光交流」の2つの考え方がある。

「観光交流」は、都市を活性化させるためには他の都市からの観光客を取り込むことが重要な要素で、街を観光の舞台として整備することに重点を置くもので、「市民交流」は、中心市街地を文化活動やスポーツ活動のサークル等の拠点として活用し、中心市街地に新しいタイプのコミュニティを形成しようとするものである。いずれの場合も基本となる「生活」ベースでみれば「商業」抜きには考えられないのはいうまでもない。

「商業：Commerce」のComも「コミュニケーション：Communication」のComも共通の接頭辞でどちらも「人と人の交わり」を意味するものである。すなわち人間的な側面を

もっと大切にした商業のあり方、中心市街地の活性化を考えていくことが重要である。

商店街の活性化は、とかく見た目の効果が目立つハード事業が優先され、ソフト事業が疎かにされがちである。この結果、かつての「商業近代化事業」「コミュニティマート事業」等に見られたように、ハード事業が完成した直後は物珍しさから見物客も含め賑わいを見せるが、すぐに人の足は遠ざかり元の静けさに戻るのに多くの時間を要さない場合が多く、無利子もしくは低利融資の建設資金の返済が滞る商店街の事例には事欠かない。

どのような素晴らしいハード事業でも新しい施設・装置等から得られる「快適性」などの魅力だけでは住民を長く商店街に繋ぎ止めることは困難であることを示唆している。

良い商店街事例としてあげたもの全ては、ソフト事業、例えば住民と一体となった（住民参加型）イベント・祭り・市・フリーマーケットなどの実施、情報発信（タウン誌等の発行、場所の提供、インターネット活用等）、空き店舗の積極的な活用などについて、継続的な努力を商店街上げて実施するところにあり、その他環境問題や「高齢者・交通弱者」にやさしい対応などがハード事業と連動して展開されている。

中心市街地の「商店街」は、街（都市）の共有財産という考え方をとることが必要であり、そうすれば何を売るかではなく、どんな目的で

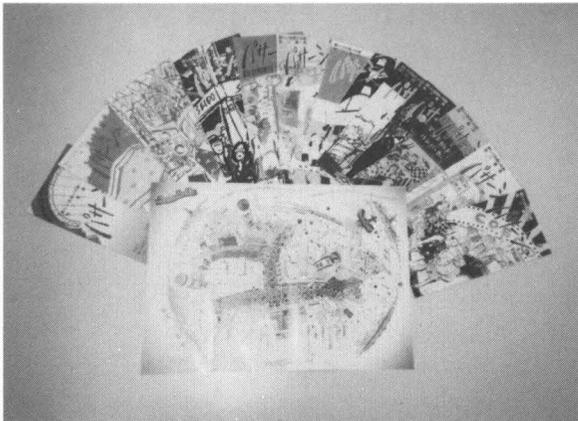
商店街へ、中心市街地へ人を呼び込むのかという発想で全てを構築していくことが大切である。

「住み良いまち・居心地の良いまち」づくりに果たす商店街・商業の役割は、今後ますます大きくなっていくものと考えられ、「人と人の交流」をキーワードに元気な商店街が1つでも多

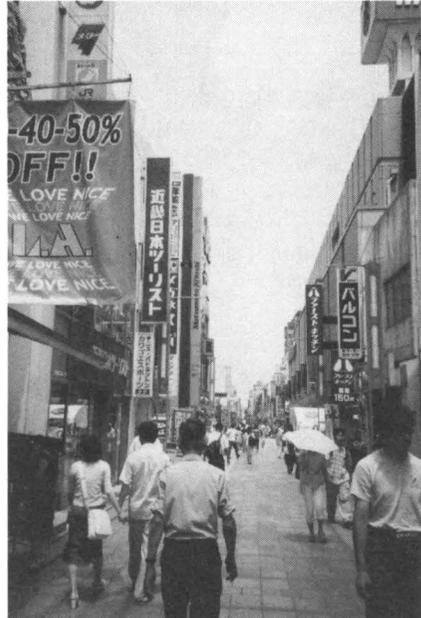
く出現し、中心市街地の活性化に貢献されることを願うところである。



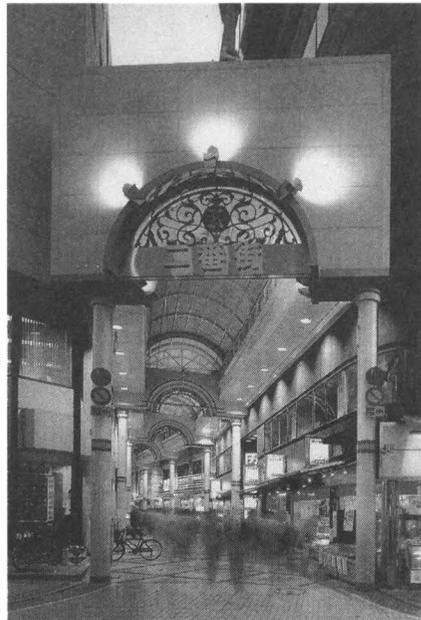
柏市柏二番街イベント広場（大型店の入口）部分ー



消費者への情報発信の「タウン誌」（柏二番街「バサージュ」）と「タウンマップ」ー



川越市新富町商店街ースッキリしたオープンモール「クリアモール」ー



柏市二番街ー全蓋アーケードファサード部分ー



杉並区阿佐谷商店街—住民に好評のハード事業「新アーケードと装飾」—



杉並区阿佐谷商店街—100万人が来街するイベント「阿佐谷七夕祭」—

「広ブラ」の復活に向けて

全国商店街振興組合連合会副理事長 坪井明治

かつて、広小路通りは、路面電車が走り、映画館や、劇場など数多く出店し、屋台などが立ち並ぶ一大繁華街としての賑わいを見せていた。

しかし、昭和40年代以降、日本の高度成長時代、路面店が近代的オフィスビルに改築され、建物の低層部分の入居者が商店から金融機関に変わってゆき、商業の賑わいは薄れ、オフィス街へと変化してきた。

現在の広小路通りについて一言で表現することはとても難しい。ある部分は、大型店を中心に賑わいを見せ、ある部分は、オフィス街、またある部分は若者が集中的に集まるエリアとして賑わっている。

広小路通りの通行量の減少の原因の一つとしてよく言われるのが、「名古屋の人は地下街が好き」。地下街は、夏の暑さや冬の寒さを和らげ、信号の待ち時間もなく歩くことができる。それに、ほとんどのビルが直接地下街から入ることができるので雨の日に傘の心配をしなくてもよい。そんなわけか、名古屋駅も栄も地下街はほんとに多くの人が行き来している。

また現在、名古屋を南北に走る大津通りは、三越、松坂屋、パルコと大型商業施設が並び、そして数年前ナディアパークというランドマークが加わるにより大変な賑わいを見せている。特にナディアパークができてから、大津通りの西側の通りは飲食店も増え、人通りも増えた。かつては、昼間でも、一人で歩くのが怖いようなイメージのある通りだったが、ナディアパークの出現により活気ある通りとしてまるで

生まれ変わったかのようなのである。

そのナディアパークの南には、大須商店街がある。コンピュータ関連のショップを中心に活気を見せ、平日でも大変多くの人でごった返している。しかし、20年前は、どうだったかという、商店街の端から向こうの端までみわたせるくらい、人通りはなかった。この20年間の地元の方々と企業の努力により、大変活気のある街に生まれ変わったわけである。

私は、「街」は「人」と同じように生き物だと考えてる。人が生まれ、成長し、そして年老いてゆく、その様と街の盛衰は同じではないだろうか。

広小路通りは、戦後いち早く復興し、活気づき、いわゆる一等地となり、人気のあるエリアであった。故にオフィスビルへ建て替わり、結果として商業が衰退してしまった。

しかし、広小路通りが名古屋の一等地であることには変わりない。そのポテンシャルを上手く利用し、また活かすことにより、現在衰退している広小路通りの商業は活性化して行くことだろう。



坪井明治

つばい あきはる

1968年4月 愛知学院大学商学部経営学科卒業
1971年4月 株式会社坪井花苑代表取締役
1996年5月 栄町商店街振興組合理事長
名古屋市商店街振興組合連合会
理事長
1997年5月 愛知県商店街振興組合連合会
理事長
全国商店街振興組合連合会
副理事長

広小路通り一体の笹島から新栄までの地元の商店街の方々は、広小路通りにかつての賑わいを取り戻し、名古屋を代表するメインストリートとして、新たな賑わいを創出しようと、「広ブラ・ルネッサンス」と銘打って、様々な取り組みを行ないはじめた。(図1)

まず、現在の広小路における、「広ブラ」の阻害要因について、次のように検討してみた。

①業務ゾーニング上の問題点

- ・商業機能の分断

広小路通りをひとつの商業集積としてみた場合、建物1階部分に商業機能の集積がほとんどないエリアが通りの中に存在していることで(柳橋周辺、広小路伏見~広小路本町間)商業的な流れが分断されている。

- ・通りの南北格差

広小路通りの北側は、至近距離に錦通りが控えておりエリア的な広がりが乏しく、南側に比べると商業施設、各種施設の集積が弱いためか人通りに南北格差が生じている。

- ・金融機関の影響

銀行、証券会社の営業時間は基本的に平日の午後3時までであり、それ以外の時間はシャッターをおろしているため、金融機関が多く立地



写真1 1階の大部分が金融機関の商業ビル(広小路栄)

しているエリアでは、平日3時以降と休日における街の賑わいを低下させている。(写真1)

②広小路通り全体の問題点

- ・交差点が多い

東西にはしる広小路通りは、起点である笹島から江川線、国道19号、大津通り、久屋通り、国道41号と多くの主要幹線道と交差しており、信号の待ち時間も長く、これが広ブラの阻害要因となっている。(写真2)

- ・夜間暗いところがある

金融機関は3時にシャッターを閉めてしまうため、また空き店舗、空き地等の存在により民



図1 名古屋広小路まちづくり協議会 参加商店街の位置図



写真2 広小路伏見交差点

地側からの照明がなく、夜間暗く感じるところがある。特に高架道路と広小路が交差する江川線付近、国道41号付近は暗さに加え、威圧感を感じる。

・駐輪自転車等、歩行の障害物の問題

地下鉄の駅付近の地上部での駐輪、歩道の狭いエリアでの自転車通行等では広ブラの阻害要因になることのみならず、歩行の安全性の確保にも欠ける。

・花壇等にゴミが散乱している問題

花壇等にゴミが散乱している等、街並みの汚い箇所の存在。

現状の広小路通りを「広ブラ」の復活という観点から阻害要因を検証した結果、以上のような問題点が浮き彫りにされた。

上記のような阻害要因を踏まえながら、中心市街地としての広小路通り一体にかつての賑わいを取り戻し、さらに活性化するために今後の課題を検討した。

まず、笹島から新栄までの間をいくつかのゾーンに区分し、それぞれの街並みに変化を持たせ「変化性」を創出しながら、全体としての「一体感」を保つ、という相反する要素から構成された空間を創出し、人々が楽しみながら歩ける、かつての「広ブラ」の復活を目指すとともに、「人」を中心とした都心の賑わいづくりを目指して街づくりを検討した。

地区別ゾーニングコンセプトと検討すべき課題点（図2）

①ターミナル立地商業ゾーン

（笹島交差点から納屋橋交差点付近について）

現状と問題点

笹島交差点から柳橋交差点に向かい物販、飲食を中心とした商業的な利用がされているが、柳橋交差点西側の1ブロックでは業務的に利用されており、商業的な連続性が途絶えている。

検討すべき課題点

- ・業務ゾーンの商業的利用への促進と商業連担性の確保

この地区の商業的な利用を促進、及び柳橋交差点周辺の商品利用の促進をはかり、江川線東側（納屋橋方面）との連続性を確保する必要がある。

②水辺の景観を活かした飲食ゾーン

（納屋橋交差点付近、堀川周辺ゾーン）

現状と問題点

当ゾーンには、中心市街地の中で唯一「堀川」という水辺が存在するが、現在の店舗は水辺に背を向けた形で立地しており、水辺の景観が活かされていない。

検討すべき課題点

- ・水辺の景観を活かした商業計画
- ・再開発事業の促進

広小路通りを挟んで南北で計画されている再開発計画の事業促進及び堀川の整備と併せる形で水辺の景観を活用し、現在ある飲食業を中心としてこのゾーンを強化してゆく必要がある。

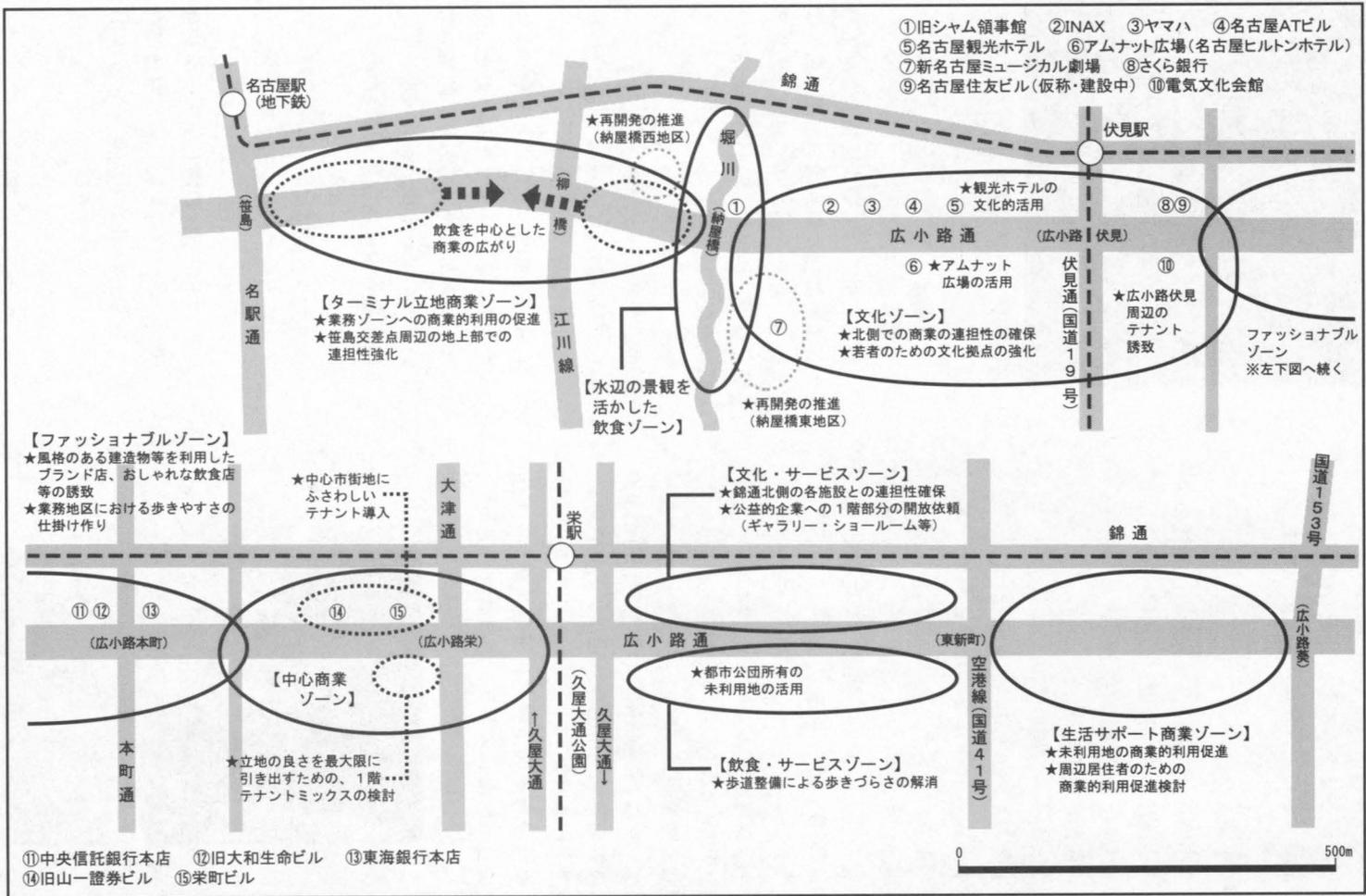
③文化ゾーン

（納屋橋交差点付近から長者町通り付近）

現状と問題点

当ゾーンには、文化施設が多く存在するが、建物の1階利用でみると、そのほとんどが

図2 将来の目標ゾーンニング（★印は今後の取り組み課題）



「広プラ」の復活に向けて

広小路通りの南側に存在し、北側は銀行・証券業務利用が多くなっており、その結果、広小路通り南北歩道の通行量にかなりの差が生じている。

検討すべき課題点

- ・広小路通り北側の商業施設の連担性の確保
- ・広小路伏見交差点周辺の活用
- ・観光ホテルの文化的活用
- ・再開発事業の促進
- ・アムナット広場の活用
- ・若者のための文化施設の強化

広小路通り北側にあるATビル地下ギャラリー、イナックスギャラリー等現存する文化的施設の強化や、ヤマハ、観光ホテル等の文化的貢献度の向上について検討して行く必要がある。(写真3,4)

④ファッションブルゾーン

(長者町通り付近から七間町通り付近)

現状と問題点

当ゾーンは、金融機関等の業務的利用が多く、現状最も商業的利用割合が低いゾーンである。

検討すべき課題点

- ・風格のある建造物を利用し、ブランド店、おしゃれなレストラン等の誘致の実現



写真3 クリスマスツリーイメージ例(神戸にて)



写真4 クリスマスツリーイメージ例(東京・恵比寿)

- ・業務地の中での歩きやすさのしかけづくりの検討

業務利用されている建物、及び工事中の建物への1階部分での利用・活用方法の提言を行って行く。また、当エリアに現存する歴史的な建物を利用・活用し、吸引力のあるブランド店の誘致を促進して行く。

⑤中心商業ゾーン

(七間町通り付近から久屋通り付近)

現状と問題点

百貨店・専門店ビル等、大型商業施設が最も集中しているゾーンである。南北両側には夜間飲食ゾーンが広がっており、商業的密度が最も高いゾーンであるが、商業施設の1階部分での金融機関等の業務利用の割合が高くなっている。

検討すべき課題点

- ・立地の良さを最大限に引き出すための1階テナントミックスの検討
 - ・中心市街地に相応しいテナント導入の検討
- 現在、業務利用されている割合の高い1階部分の商業的利用への変更等をはかりながら当ゾーンの商業的ブラッシュアップを実施してゆく必要がある。

⑥文化・飲食・サービスゾーン

(久屋通り付近から東新町交差点付近)

現状と問題点

当ゾーンの広小路通り北側は業務利用が中心となっており、南側は飲食・サービスの利用が多くなっている。また、それぞれの後背地は、北側は文化的利用、南側は夜型飲食ゾーンを形成している。南側歩道は、後背地の夜型飲食ゾーンとの関係が夜間も通りは明るく、通行量も多い。しかし、通行量が多いわりに、歩道が狭く歩きにくさを感じるゾーンでもある。北側歩道は業務利用ビルが多いので、夜間ビル側からの照明が消えるため暗く、人通りも少ない。

検討すべき課題点

- ・公共的企業へ1階部分の開放依頼（ギャラリー、ショールーム等としての利用）
- ・歩きにくさを解消するための検討
- ・公団用地の活用提案検討
- ・錦通り北側の各施設との連担性の確保

北側業務系ゾーンには、中部電力やNTT等公共的企業が多く存在するので、これらの企業への協力を仰ぎ、広小路通り北側の物理的、心理的な歩きやすさを検討して行く必要がある。

⑦生活サポートゾーン

現状と問題点

当ゾーンは、中心市街地のエッジ部分に位置し、商業的賑わいが乏しいゾーンである。また、商・住が混在しており、及び空き地、駐車場等の商業的な側面からみると未利用地となっている割合が高いゾーンである。

検討すべき課題点

- ・未利用地の商業的利用促進
- ・周辺居住者のための商業的利用促進検討

隣接する住宅地を視野に入れながら、中心部とは異なる形での未利用地の商業的利用促進を検討してゆく必要がある。

以上、笹島から新栄までを7つのゾーンに区分しそれぞれの問題点と今後の課題点についてまとめた。現在各組合ではそれぞれの課題につ

いてどう取り組んでゆくか検討中である。組合の努力で実現できること、行政の協力を得なければ実現しないこと、様々な事があるが、一つ一つ、一步一步前進してゆくことが、いつしか「街」を変えてゆくことになるのではないだろうか。

広小路通りのシンボル・ランドマークとなるスポットの創出

次に、笹島から新栄までを一つの商業ゾーンとしてとらえ、全体で取り組んで行かなければならない問題について検討を行う。

①広小路伏見から広小路本町

まず、当エリア全体に見てみると、笹島から東に向かい商業ゾーンが広がり、東側は、広小路伏見から西に向かい商業ゾーンが広がるといった形で、納屋橋付近がやや商業的には希薄にはなるものの、商業的連担性はなんとか確保されている。しかし広小路伏見から東側には、商業的な広がりには乏しく、笹島から連続してきた商業的な広がりはこちらで途絶えてしまう。当街地での商業集積はほとんどなく、小規模な飲食・サービス関連店舗がわずかに立地するのみで金融機関を中心とした業務利用が大部分を占めている。特に北側の中心とした部分での賑わいは乏しく、広小路通り全体の商業的な流れもここで分断されているのが現状である。

ここでの商業的な利用促進が広ブラ復活の一つの鍵となるエリアである。

当エリアは栄から、また納屋橋・伏見方面から決して遠くない立地であり、商業ポテンシャル自体は低くないので、賑わい創出の寄与する商業の現実的な成立性を加味し、商業誘致を検討して行く必要がある。

- ・栄の一等地と比べたハンディを逆手に取って「静かで落ち着いた街並み」であ

ることをアピールし、高級ファッションブランドを中心とした商業の誘致をはかる

- ・周辺のオフィスワークの‘実需’に基づいた商業の誘致をはかる

当エリアには風格のある歴史的建造物が存在しており、これらを活用することは当ゾーンのコネクトの醸成に大きく貢献する。そのためには、建物所有者に対し、保存・再生の要請を地元と行政が一体となり行ってゆく必要がある。また、容積率の割り増しや移転、税制の優遇措置等についても、地元が行政サイドに要請を行ってゆくなど企業が協力しやすい条件を整えてゆく必要がある。

②堀川の水景を活かした周辺の商業計画

広小路通りの中で唯一存在する‘水景’を活用し商業計画を進めることは、広ブラの復活を考える際、最も重要となる。また、当地区の開発により、地区間競争においても優れた展開を進めることができる。納屋橋周辺は、再開発計画等複数のプロジェクトが進行中であり、それらをスムーズに推進させ、また、広小路通りにも有効な内容として事業を進めてゆくかが重要な課題である。(写真5, 6)



写真5 施設活用イメージ(京都・三条大橋にて)

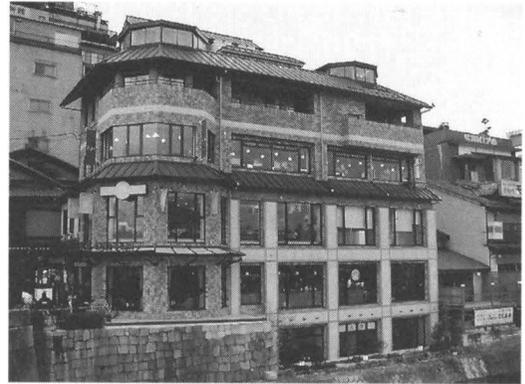


写真6 施設活用イメージ(京都・三条大橋にて)

- ・周辺の再開発事業と連動させた飲食ゾーンの整備
- ・旧シャム領事館(以前「国盛」の広告塔となっていた場所)の整備活用
- ・水辺に人が降りられるような仕掛けづくり
- ・新設大型ビル等への提言

当ゾーンは、堀川総合整備構想、堀川を挟んで2つの再開発事業等ビッグプロジェクトが集中するゾーンである。既存の飲食店舗を整備し、これらの開発計画と連動した日常性の強い飲食ゾーンとしての集積度を高め活性化をはかってゆく。

広小路通り一体は、今まで見てきたように問題点を多く抱えている。しかし、問題点が多ければ多いほど、これら問題点が解消されたときの躍進も大きいはずである。

都市計画や都市政策と「まちづくり」は異なる。その大きな違いは、まちづくりは一人でも始めることができるという点である。「まち」は多くの人の生活のステージである、だから多数の協働は必須であるが、まず、初めの一人が実践行動をしなければならない。

共同して、責任を持って生活のステージをつくってという意識を育ててゆくことが必要にな

る。そうした活動を起こしながら、関係企業や行政からの協力を仰ぎ、地元の生活者一人一人が自分の生活する「まちをつくる」、「まちの改善をしてゆく」という意識の輪を拡大し、継続的に努力を重ねて行くことが、近い将来、行き交う人で賑わう広小路を、そして「広ブラ」を復活させてくれることだろう。

市場経済移行期の中国におけるコミュニティ・ベースのまちづくりの展望

国際連合地域開発センター研究員 王 郁

国際連合地域開発センター研究員 吉村輝彦

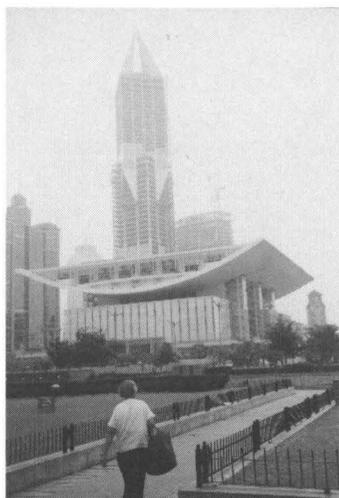
はじめに

中国において、「まちづくり」「コミュニティ・ベース」という言葉は奇妙に感じられるかもしれない。中国と言えば、社会主義国家であり、行政主導の「都市計画」こそが主流に違いないのでは？住民主体の「まちづくり」なんて存在するの？といった疑問が出て不思議ではない。確かに、中国においては、従来から各種のインフラ整備、都市開発などの大部分は行政機関、国営企業などの公的セクターが担ってきた。とはいえ、市場原理が導入され、改革開放経済の進展とともに都市開発のあり方にも新たな対応が求められている。

経済の急速な成長に伴い、都市開発ブームが

引き起こされ、高速道路、地下鉄など大規模インフラの建設が加速度的に進められている。都市の中心部には、超高層ビル、ショッピングセンターなど大型の商業・オフィス施設が林立し、先進国にも負けないような市街地が形成されている。しかし、市街地が計画的に開発されたと言っても、過剰な商業施設の開発などコントロールされていない部分も多く見られる。

具体的に見ていこう。特大都市—上海市の浦東開発地区は1990年代から開発が進められている総合開発地区であるが、金融、貿易、商業の一大中心地区にするための壮大な計画が進行中である。もちろん、住宅地も併設されている。歴史的文化遺産を活かした取り組みも行われている。例えば、外灘（バンド）は旧イギリスの



上海市の都心部—人民広場



王 郁

わん ゆー

- 1990年 中国同済大学建築学科卒業、西安市都市計画設計研究院勤務
- 1994年 日本京都大学大学院環境地球工学専攻修士課程修了
- 1999年 同専攻博士後期課程修了、博士(工学)学位取得、現職



吉村輝彦

よしむら てるひこ

- 1994年 東京工業大学社会学科卒業
- 1996年 東京工業大学大学院社会学専攻修士課程修了
- 1999年 東京工業大学大学院人間環境システム専攻博士後期課程修了、博士(工学)学位取得、現職

租界地であるが、当時の建物をそのまま保全あるいは修繕したうえで現在の用途に合わせて活用され、ウォーター・フロントの景観が保存されている。また、豫園は明の時代に造営された伝統的な庭園であり、その周辺も門前町のようにぎやかなエリアであった。ちょっとした生活用品や特産品などを販売するいろいろな雑貨店や小さな店舗、食堂が細い路地を挟んで軒を並べていたが、近年、地域の再開発により豫園の環境との調和を考慮した伝統様式の大型ショッピングセンターからケンタッキーの店までが立地する一大商業地域へと変貌をとげた。そして、上海市のこうした都市計画の歴史を壮大なスケールで展示しているのが都市計画展示場である。ここでは、歴史的建築物の保全・活用、住宅地開発、交通計画、都市再開発などが一目で分かるようになっており、都市全体を模型にしている。

ところが、急激な都市化により、上海では、様々な都市環境問題が生じてきている。建設ラッシュと同時に、生産・経済活動の基盤としてのインフラ整備が着々と進められているが、その一方で、生活基盤としてのインフラ整備と環境管理には新たな問題が生じ、その改善が求められている。大気汚染や水環境といった環境問題に加えて、オープンスペースや緑地の不足が生じているとともに、旧市街地で一部の貧しい街区が環境整備から取り残されているのが実情である。このように、都市開発の進展と都市環境管理とのバランスをいかにとるかが課題になってきている。ここでは、どのような主体が関与し、役割分担を行うのが重要なポイントである。中国では、上位下達組織体系の末端として住民を位置づけ、役割を分担させるというトップダウン的アプローチが存在するが、今後の都市環境管理を考えれば、市場経済へ対応し



浦東開発区の風景



上海市都市計画展示場にある市街地の模型



30年代の面影が残されている上海の外灘（バンド）



豫園の商業地域

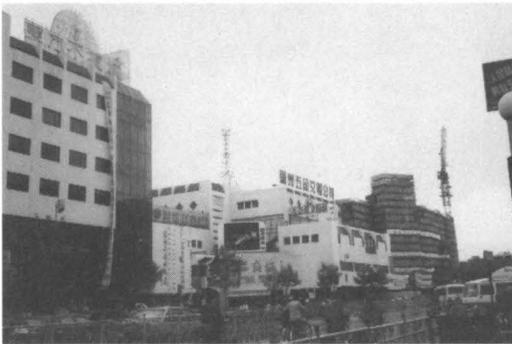
た都市行政管理システムの改革を進めると同時に、コミュニティ・ベースの取り組みが重要になってくる。従来から存在している「居民委員会¹」というコミュニティ組織はまちづくりという観点からは十分に機能していないが、一方で、住宅管理、社会サービスの提供などの分野における「社区建設」やコミュニティをベースとした新たな取り組みが既に始められている。とはいえ、都市開発や都市環境管理に対するコミュニティの自律性が低いとの指摘もなされており、中国においてハードからソフト重視への、また、政府主導から多数の主体間の協力による都市開発への政策転換などの積極的な探求には課題も多い。

そこで、本稿では、中国における最近の取り組みとして、1) 歴史的環境の保全と生活環境の改善、2) 都市コミュニティでの「社区建設」、3) 住民参加による計画づくりの試み、をトピックと

してとりあげ、上海、蘇州・周荘という3つの都市を通してその実態と最近の動向を紹介するとともに、現に直面する課題、今後の展望について考えてみたい。

歴史的環境の保全と生活環境の改善

長い歴史と文化、伝統を有する中国では、歴史的文化財・建造物、歴史的まち並み、そして、美しい風景を持つ都市が多い。これらの都市では、歴史的環境の保全と観光開発による発展が都市の重要な目標となっている。しかしながら、中国の都市を形づくってきた歴史的環境・伝統的生活文化を醸し出す街区が、インフラ整備や都市化の波により急速に更新され、その雰囲気徐徐に失われつつある。折しも、中国政府は急速な都市開発の進展においても中国の文化遺



蘇州市都心部の再開発



水郷都市—蘇州市のハイテク産業開発区



蘇州旧市街地の住宅街区再生事業



観光名所となっている水郷鎮—周荘の旧市街地

産の保護を犠牲にはしないとしている (China Daily, July 6, 2000)。文化遺産の保護と都市開発をいかに両立させるかがまさに直面している課題である。また、一方で、文化遺産の保護を含む歴史的環境の保全とそこに住む人々の生活環境の改善が矛盾してくる局面が現れてきている。

【蘇州】

蘇州は、水郷都市として知られているが、同時に、大規模な再開発を積極的に進めている都市でもある。ハイテク産業と外国投資を誘致するために既成市街地の東西に広大な敷地を持った特別開発区の開発が国家プロジェクトとして着々と進められている。この地区では、運河などの地形を活かした開発もなされているが、その風景は専ら現代的な様相である。

一方で、水郷として知られているのは、旧市街地の中心部である。ここには、歴史的建築物・庭園が多くあり、これを観光資源として活かしている。同時に、昔ながらの住宅街区も残されている。これらの歴史的住宅街区の再生事業は、景観保存と住環境改善の目標を持って公共事業として行われている。しかし、歴史的環境の保存が建物の外観の修復あるいは復元にとどまり、ソフトな環境としてのコミュニティ開発が行われず、事業の本来の目標を達成できなかったという評価が蘇州市都市計画局の担当者からもなされている。そのために、旧市街地内の最も重要な重点保護地区の街区再生事業もストップしている。蘇州においては、「蘇州市城市総合計画 (1996-2010)」が作成されているが、旧市街地全体の景観規制などの面では必ずしも十分に機能しておらず、特に商業地区では、大規模再開発によって水郷都市の景観は大きく損なわれた。また、公共事業ベースの景観保存と街区再生のみならず、住民参加による景観保存と環境改善の取り組みも始められているが、うまくいっていない。ここでの問題は、結局住民の間の合意形成であり、対象世帯のうち一世帯が最

終的に参加せず、失敗した。

歴史的環境の保全においては、生活環境の変化と両立できるバランスをいかに確保するかが重要であるが、歴史的環境の保全・活用は単に事業ベースで物事が進むわけではなく、住民生活との関係、日常レベルでの地道な取り組み、すなわち、住民及びコミュニティ・ベースでの取り組みが必要になってくる。蘇州の事例では、住民の間の合意形成までの地道な努力と行政の粘り強い試みが求められていると言える。

【周荘】

周荘という都市を見てみると、蘇州と同様に、水郷都市として観光開発を行うという部分とハイテク産業を誘致して経済発展を計ろうという二つの側面がある。

典型的な水郷都市としての周荘には、昔ながらのたたずまいがほぼ完全に残されている。家の多くが明、清代の建築であり、昔の石橋も保存されている。ユニークなのは、民家の多くが水路に沿って建てられていることである。そして、昔ながらの建築物を資源として活かした観光地として成り立っており、観光客を狙った商業活動も行われている。ここでも、歴史的環境を保全・活用することが、一方で、住む人々の生活環境の改善に結びつかないこともある。ここでの環境改善には、単に住環境としてのハードな側面だけではなく、いかに生計を立てていくかというソフトな側面が含まれている。

都市コミュニティでの「社区建設」

1980年代以来中国の高度経済成長は社会全体の豊かさをもたらしたと同時に、所得格差の拡大、都市失業者・農村貧困の問題、社会治安状況の悪化などの深刻な社会問題を引き起こしている。特に上海のような大都市では、人口規模の巨大化と流動化が進む中で、都心部では急激な都市更新が進行し、新・旧市街地ともコミュニティの再建、生活環境の改善・管理、流動人

口の吸収・管理など都市管理の新しい課題に直面している。さらに高齢化・少子化が急速に進行する中で、ライフスタイルの変化とともに、拡大する社会サービスのニーズに対応するような社会保障機能の強化、社会福祉サービスの提供などが急務となっている。

その一方で、市場経済への移行期には、政府、企業、そして、他の様々な社会・経済組織の機能と役割分担も大きく変わろうとしている。計画経済期の中国では、国有企業が育児補助から

住宅分配、退職金制度まで様々な福祉サービスの提供と社会保障の機能を担っていたが、資金難による力の限界にぶつかり、1980年代以降政府と国有企業が行政改革によってこのような分野から徐々に撤退する傾向がある。このため、従来政府と国有企業が果たしてきたこれらの役割を肩代わりし、都市管理、社会保障、社会サービス提供などの地域運営・管理の新しい担い手の育成と制度の整備が課題となっている。

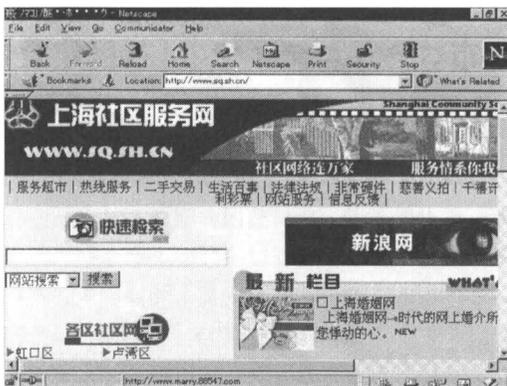
このような背景のもとで、コミュニティ・ペー

表 居民委員会によるコミュニティ活動の内容

		斯文里团地	蓬莱团地	中行团地	康平团地	公興街区
経済活動	託児所	○		○	●	○
	部屋賃貸	○	○	○	○	○
	工場経営	●		●		
文化活動	商店経営	○	○	○		○
	老人活動	●	●	●	●	●
	図書室	○	○	○	○	○
	幼児教育	○		○	○	○
サービス業務	企業交流		○	○	○	○
	衛生所	○	●	○	○	●
	公衆電話	○	○	○		○
	家電修理				○	○
	理髪屋	○		○		○
	クリーニング	○	○	○		
	ミシン	○	○	○		○
衛生保安活動	牛乳配達	○		○	○	
	贈薬紹介	●				○
	ゴミ場清掃			○	○	
調停活動	保安巡回	○	○	○	○	
	緑化植木					
調停活動	喧嘩調停	○	○	○		○

○：一般業務内容 ●：重点業務内容

(出所：住宅街区別居民委員会でのヒヤリングと現地調査により作成)



上海市社会サービス・ネットワークのホームページ



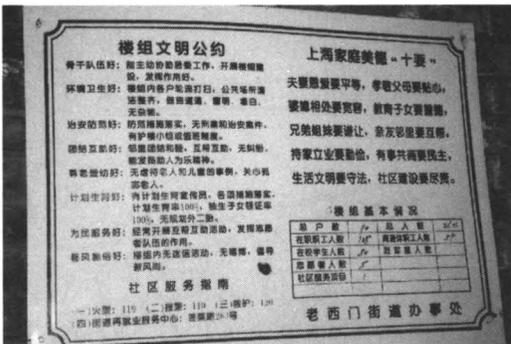
上海旧市街地のある居民委員会

スの都市管理体制の整備を目的とした「社区建設」政策が打ち出された。中国の都市部では、従来「居民委員会」という住民自治組織を中心として、「街道弁事処²⁾」から指導を受けながら、民事調停、民生福祉、公共衛生管理、文化教育、地域内の治安、小規模な経済活動など多彩なコミュニティ活動を行ってきた。「社区建設」政策は、街道弁事処の行政組織の再編を通じて、居民委員会のレベルでの都市管理、社会サービスの提供、住民参加などのコミュニティの能力向上をサポートすることを意図している。政策目標としては、(1)社会サービス機能の強化（高齢者の介護、託児などの福祉サービスと生活サービス）、(2)社会保障制度の構築（貧困救済、就職斡旋・紹介・トレーニングなど）、(3)都市管理機能の強化（生活環境の管理、公衆衛生管理、治安、流動人口の管理）、(4)コミュニティ意識の向上と住民参加の促進（住民のコミュニティ活動

への参加促進）、(5)基層行政管理能力の向上（街道弁事処の人員補足、財政補助、能力開発）という五点があげられる。

1990年代中期から「社区建設」の実験が北京、上海、天津などの大都市で積極的に進められてきた。現在、上海市では一部の新しい住宅団地を除いて、ほとんどのコミュニティにおいて居民委員会が設立され、それを中心として主に高齢者、失業者、幼児などを対象とした各種サービス提供が街道弁事処のサポートのもとで展開されている。

その中で、行政側の問題としては、主に基層行政管理能力が不足し、コミュニティ組織の運営に関する法制度の整備が立ち遅れ、そのサポート態勢が不十分であることが指摘されている。コミュニティ側では、トップダウンの行政指導への依存性、自治能力の不足が中心的な問題である。その他にも、住民側の参加意識の欠如、ボランティアなど人的資源を含むコミュニティ・リソースの不足、住民組織や中間組織の少なさなどにも多くの問題が残されている。



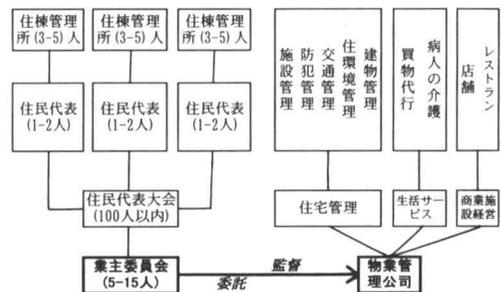
ある住宅団地の管理公約と社会サービス項目

住民参加のまちづくりの試み

中国では、都市というのは生活の場より生産の場として捉えられ、そのために都市開発は経済発展の促進を目的としてトップダウン方式で行われてきた。土地や建物・住宅の所有から維



上海旧日街地の一角一再開発の遅れた住宅街区



新しい住宅管理体制の仕組み

持・管理までがほとんどすべて政府あるいは企業によって行われ、「住民参加のまちづくり」ということはほとんど考えられていなかった。ところが、1980年代以降、土地使用権の譲渡制度・住宅制度など一連の改革によって、都市開発の活性化、民間不動産市場の形成、住宅の私有化が促され、住宅地の生活環境の運営・管理から開発計画の政策決定まで市場のニーズ・利用者のニーズに的確に対応しなければならなくなってきた。そこで、「住民参加のまちづくり」がはじめて都市計画、都市管理の課題となったのである。

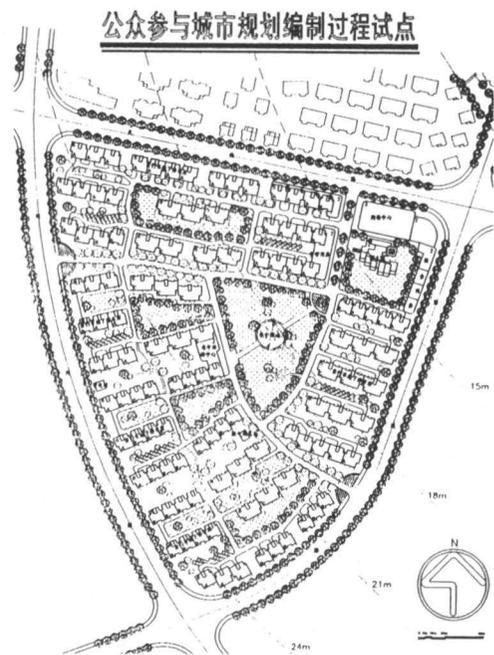
最も早期に現れた住民参加の事例は、1980年代の北京・上海・武漢などの大都市で盛んに行われていた「住宅合作社」の住宅共同建替事業である。「住宅合作社」とは、いわゆる住宅コーポラティブであり、職場単位あるいは居住街区単位で結成したものが多く。一部の低開発地域と不良住宅地域には、住民が自己資金と一部の行政支援により自力で住宅建替を行った事例がある。上海市では、当時10ほどの住宅合作社が活躍していた。このような方式の登場には、1980年代から1990年代初期までの“住宅難”の時期は公共住宅建設が資金難で限定されたという背景があった。1990年代中期以降、高度経済成長が続き、公共資金の不足の問題が徐々に解消される一方で、住宅制度改革の一環として住宅公

積金制度³が導入され、中低所得層への福祉住宅の供給など社会福祉制度の整備も始まった。このような変化の中で、多くの「住宅合作社」の活動が徐々に縮小し、最終的には、一般の不動産開発会社へと変身したり、あるいは消滅したりした。ここでは、社会経済状況や住宅事情、行政権限や公共政策の実行力の面で、中国と他の発展途上国との差が大きく、それが不良住宅改善事業のあり方及び住宅供給政策の実効性へ直接的に影響を与えたと言える。

ところで、住宅管理においても住民参加が必要不可欠になってきた。住宅制度改革によって住宅の私有化が加速度的に進められ、従来の公有住宅管理体制の転換が求められている。従来の行政機関としての“房地產⁴管理所”の“物業⁵管理公司”への民営化が進められると同時に、住宅団地において“業主⁶委員会”を設立し、物業管理公司に住宅団地の管理の業務を委託し、またその業務監督を行うというような新



上海市都市計画管理局のホームページ



長寧区における住民参加による住宅地再開設計画案

しい住宅管理システムの整備が行われている。業主委員会は住民代表大会で選出された5-15人の住民代表から構成され、各住棟において約3-5人の住民代表からなる住棟管理所を設置する。上海市では、1999年末までに既に運営開始の物業管理会社は約2,500、業主委員会は約3,000に達した⁷。このような住宅管理体制の転換期において、当然のように様々な問題が山積している。物業管理会社側には、従来の消極的で官僚的な管理姿勢がまだ残っており、技術の欠如が業務の大きな障害である。住民側には、専門知識の欠如、特に管理意識・主体意識の欠如が問題発生 of 大きな要因であることが指摘されている。特に近年は、住宅の使用・維持・管理に関連する民事訴訟案が急増する傾向がある。それに対応した関連法制度の整備も急務となっている。

計画づくりへの住民参加⁸については、上海などの大都市では、その第一歩として都市計画・管理業務の情報公開が近年大きな進歩を遂げている。開発審査プロセスの公開、審査完了の都市計画情報の公開、情報公開窓口の開設、関連情報のオンライン検索サービスの提供と計画審議会の設立などの業務監督制度の導入が着実に進められている⁹。そして、第二歩として住民参加による計画づくりも、その実験が始まっている。例えば、上海市長寧区では住民参加による住宅団地再開発計画の作成が既に二回行われている。長寧区都市計画管理局でのヒヤリングによれば、近年都市計画・管理が開発ニーズ、利用者・住民のニーズにいかに対応するかが行政管理者にとって大変重要な課題となっている。既に行われた事業のいずれも都市計画局側の呼びかけから始まった。準備段階では、都市計画局によって中間連絡グループと計画決定委員会が設立される。前者は専門職員によって構成され、計画内容などの説明、アンケート表の作成と住民代表との計画案の共同作成などの作業を行い、後者は行政責任者によって構成され、計画の最終決定を行う。コミュニティ側では、居

民委員会の幹部、住民代表、所在地企業の代表などの15人によって住民代表グループをつくり、住民意見の収集・通達の作業を行う。計画作成は、計画内容・現状条件の説明と情報公開、素案の作成、第一次意見聴取、素案修正、第二次意見聴取、計画案完成、計画決定、決定案の公開というようなプロセスで進められる。住民意見のアンケート調査には、団地内の住宅様式、駐輪・駐車場の設置から緑地の配置、道路形態、公共施設の内容、団地管理方式まで総計十項目の詳細な内容が盛りこまれる。最終的な住民意見は、主に公共施設の内容と配置、環境条件への影響、住戸ユニットの大きさなどの項目に焦点が置かれている。

これらの事例は、いずれも行政側の呼びかけから始まり、また行政側の指導のもとで進められ、行政指導の影響が依然として大きな存在であるが、コミュニティと住民が初めて計画作成に参加し、その意見が確実に計画内容に反映された事例で、従来のトップダウン式都市計画からの変化として重要な意味を持っている。市場経済への移行につれて、トップダウン式の都市計画の限界が認識され、行政・企業・住民の主体間の協力によるまちづくりへの転換が避けられないことがここで示されている。現段階の中国の参加型まちづくりは、まだ萌芽的な状態にあり、コミュニティの主体性の育成、法制度の整備などの多くの課題が残されているが、市民社会の形成と成熟につれて今後の展開とその行方が非常に興味深い課題である。

おわりに

社会主義国家としての中国は、経済改革の進行につれて市場経済への移行が進められている。社会・経済構造の再編過程においては、政府・企業・コミュニティ・住民個人などの社会・経済組織の役割分担を再定義しなければならない。政府や企業が多く都市管理、社会サービ

スなどの分野での機能を縮小すると同時に、新しい担い手の育成と関連法制度の整備が急務となり、コミュニティの積極的な参加と自己管理能力の向上が求められている。これから大きく変わろうとしつつある中国の都市社会の将来像、そして住民参加によるまちづくりの行方が各主体間の協力関係の構築、そして、そのためのそれぞれの地道な努力の中で見えてくると思われる。

注：

- 1 その規模は、300～1000世帯をもち、1～2の街区に相当するものである。
- 2 都市部の行政末端機関である。その規模は、約1～15万人、0.4～15平方キロメートルである。
- 3 日本の住宅財型貯蓄制度と同じ長期間の住宅に係わる預金管理制度である。企業あるいは政府機関の職員が義務的に参加し、月収から天引きされ、個人の住宅購入・修繕・改築あるいは家賃の引上げの場合に利用できる預金制度である。
- 4 中国語で不動産のことを指す
- 5 中国語で不動産のことを指す
- 6 中国語で所有者のことを指す
- 7 上海市建設委員会・規畫課課長沈正超氏へのヒヤリング調査と「房地產發展」(祭育天・張弘銘、上海社会科学院出版社、1999)による。
- 8 住民参加の計画づくりのヒヤリング調査は、上海市都市計画管理局局長補佐・湯志平氏、上海市長寧区都市計画管理局副局長王訓国氏の協力を得た。記して謝意を表します。
- 9 中国では、行政部門の業務関連の情報公開の一環として、昨年度まで中央省庁から地方政府の各主要機関まではホームページの開設がほぼ完了した。上海市等の大都市では、区レベルの行政機関までインターネットを利用して業務関連情報の公開と提供を積極的に

行っている。上海市都市計画管理局のホームページ：<http://supab.stn.sh.cn/index.htm>
上海市長寧区都市計画管理局のホームページ：<http://changning.sq.sh.cn/zwgk/index.html>
上海社区サービス・ネットのホームページ：<http://www.sq.sh.cn/>
残念ながら、現時点では中国語ヴァージョンしかない。

次世代産業の立地要因に関する検討調査

—名古屋市における情報関連産業の立地特性—

前（財）名古屋都市センター調査課研究主査 中菌昭彦

1 調査内容

本調査は、近年、成長が著しく、また、既存の製造業、商業等の経済活動や市民生活に大きなインパクトを与えている情報関連産業を調査対象として取りあげ、名古屋市における立地の現状やその特性を把握しようとするものである。

なお、情報関連産業は、放送、新聞、電話サービス等を含む幅広い範疇を示す用語として用いられることが多いが、本調査においては、コンピュータを核としてソフトの制作、情報処理サービス、コンピュータ関連機器／部品の製造を行う分野、企業に焦点を当てることとし、その総称として「情報関連産業」の語を用いることとした。

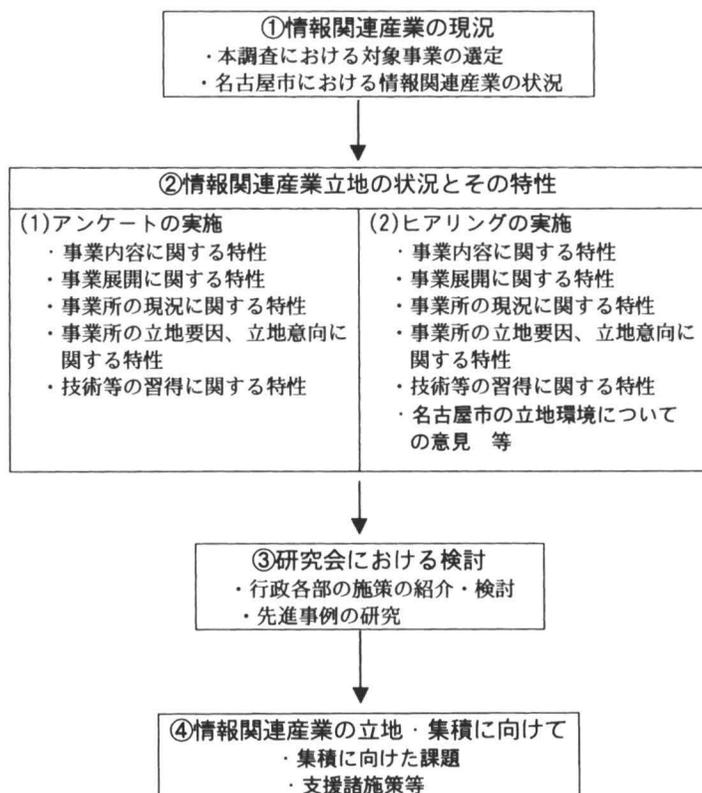


図1 研究のフロー

2 名古屋市における 情報関連産業の状況

特定サービス産業実態調査における「情報サービス業」についての統計数値は表1のとおりである。平成9年と平成5年との対比では、全国的に見れば、事業所数は、若干の減少傾向にあるが、年間売上高は不況下においても順調な伸びを見せている。また、全体の従業者数が減少する中で、システムエンジニアについては増加傾向にあることが注目される。

地域的に見ると、東京都区部が圧倒的な規模であり、平成9年で事業所数で全国の約3割、従業者数で約4割、売上高で約5割の集積を誇っている。

名古屋市は、事業所数で全国の5.5%、従業者数で4.6%、売上高で4.3%にとどまっており、総じて大阪市の半分の集積状況にある。いずれにしても大都市への集積が目覚ましく、典型的な都市型産業の観がある。

名古屋市においては、背後に自動車産業等の巨大な産業集積があることから、こうした産業の中にソフトウェアを始めとする情報関連業務

が内製化され、企業ニーズに応じたシステム開発が行われていると考えられる（企業としては情報サービス業ではなく自動車製造等の製造業として区分されるため、上記の表には表れない）。そのため名古屋市の情報関連産業は、実質的には上記の数字以上の実力を有していると考えられる。（例えば、自動車産業を始めとするその他の産業分野において、コンピュータを核とした情報・通信システムが製品の一部分として、あるいは開発・生産・流通過程の一部で積極的に活用されている。ITS（高度道路情報システム）もその一つであり21世紀の成長分野として注目を集めている。）

こうした製造業全体の高度の集積を背景として、そのポテンシャルを生かして名古屋市の情報関連産業が発展することが期待される。

3 実態調査の実施状況

アンケート調査の回答企業を業種別に区分する表2のようになる。この業種区分は帝国データバンクの企業リストを元に本研究会で独自に区分・集計したものである。

表1 特定サービス産業実態調査における「情報サービス業」の状況

	全 国		名古屋市		東京都区部		大 阪 市	
	平成5年	平成9年	平成5年	平成9年	平成5年	平成9年	平成5年	平成9年
事業所数	6,432	6,092	317	333	2,033	1,858	646	585
ソフトウェア業	3,798	3,701	197	223	1,186	1,098	377	338
情報処理サービス業	1,546	1,393	72	69	393	344	141	131
情報提供サービス業	122	124	4	2	48	54	13	13
その他情報サービス業	966	874	44	39	406	362	115	103
従業者数(人)	445,662	426,935	19,754	19,588	188,458	183,296	45,228	40,617
システムエンジニア	161,181	174,714	6,901	7,584	67,621	74,236	16,745	17,708
年間売上高(億円)	65,144	75,880	2,754	3,233	32,092	38,012	6,474	7,027

資料：通商産業省「特定サービス産業実態調査」

表2 業種の分類とアンケート回答企業数

業種別区分	左記業種に含まれる細部業種	発送数	回収数
①ソフトウェア業	受託開発ソフトウェア業、パッケージソフトウェア業	531	76(+2)
②情報サービス業	情報処理サービス業、情報提供サービス業、その他の情報サービス業、民間の調査・情報機関、ニュース提供業	136	25
③電子機器関連製造業	通信機器製造、電子部品製造、電子計算機等製造、電子応用装置製造 等	130	30

アンケート調査の回答企業から名古屋市に本社を置く情報関連産業6社にヒアリングを実施した。

4 事業所の立地要因、立地意向に関する特性

①現在の所在地で事業を始めた理由 — 交通便で取引先に近く安いこと —

アンケート結果によれば、現在の所在地で事業を始めた理由としては、「鉄道・地下鉄の駅に近い」59.4%、「取引先に近い」35.3%、「施設コストが割安である」30.1%、「技術者の採用環境がよい」26.3%、「道路の便がよい」26.3%が上位を占めている。一方、「大学研究機関等に近い」は3.0%にとどまっている。

業種別では、電子機器関連製造業が「取引先

に近い」50.0%、「道路の便がよい」50.0%と他の業種と比べて高率であったのが目を引く。

ヒアリングにおいても、立地に関して交通機関との関係を指摘するケースが多く、「従業員は地下鉄で通勤している」、「地下鉄通勤が便利」、「大口の得意先とのアクセスが便利」等の意見があった。ただし、製品の輸送については、「商品の輸送は外注している」、「扱っている製品は小さな部品である」の理由で立地条件を意識していないとの見方があった。

その他、都心に立地する魅力として、「(中区錦が)情報産業の中心だから立地した」、「学生は都心で働くことを好む」、「名古屋駅前、伏見、栄にあるというステータス」等があげられていた。

(複数回答)

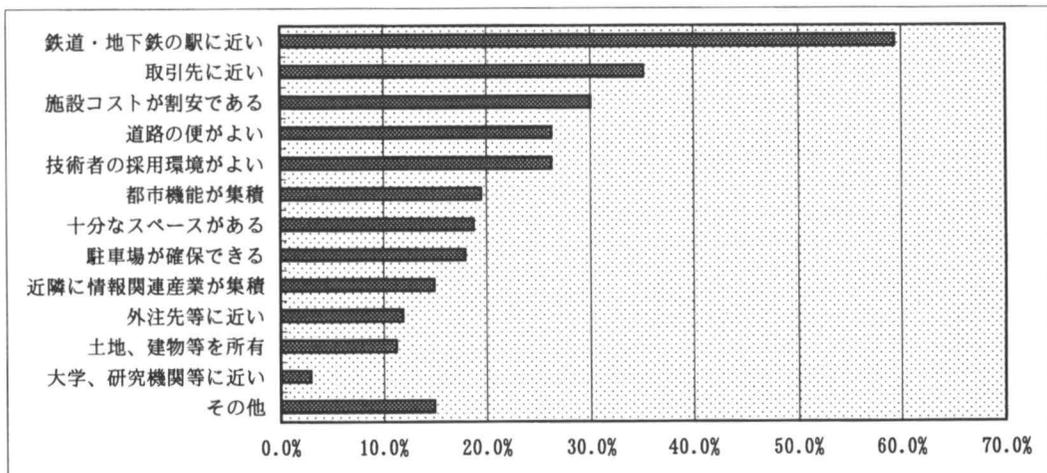


図2 現在の所在地で事業を始めた理由 (高率順)

なお、大学との近接性については、「大学に近いとアルバイトを集めるのに便利。そのまま正社員になった人もいる」という話があった他は、立地場所との物理的な近接性よりも、業務内容や個人的な結びつきの強さが大学との距離感の大小の差となっているように見受けられる。

概して情報関連産業は、「都心型の産業」、「都心の知的・文化的な刺激を好む人たちの多い産業」と言えようが、賃借料等の負担の問題もあり、特に後発のベンチャー系では、千種区等都心を少し離れた場所に立地するケースも目立っている。ただし、その場合であっても都心まで地下鉄一本で行くことができ、なおかつ地下鉄の駅に近い場所が好まれている。

また、都市型産業であるという特質、従業員の気質は、立地場所だけでなく、オフィスの勤務環境にも影響を与えており、従来の工場的、官僚的なレイアウト、作業規則等と相容れない部分が多いとの指摘があり、事実、米国の研究施設のような企業もあった。

②所在地の事業環境評価 ー交通の便、取引先との近接性に満足。都市的魅力は？ー

アンケートにおいて所在地の事業環境についての評価を尋ねているが、その結果、恵まれているという評価が多かった項目としては、「道路の便」79.3%、「鉄道・地下鉄の駅との近接性」76.4%、「取引先との近接性」65.1%があげられる。一方、恵まれていないという評価が多かった項目としては「大学、研究機関等との近接性」34.8%、「駐車場」28.3%、「情報関連産業集積によるメリット」27.4%である。

なお、1990年（平成2年）以降創業の企業をみると、「都市機能集積によるメリット」についての評価が分かれ、「恵まれている」27.8%、「恵まれていない」25.0%とほぼ拮抗している。

③将来の事業所立地意向

ー4割の企業が増設、移転の意欲ありー

アンケート結果によれば、将来の事業所立地については、「現在の場所で引き続き事業継続」が48.8%と約半数ある一方、良い場所があれば「事業所増設」10.9%、「事業所移転」30.2%との回答も合計で半数近く（41.1%）に上っている。なお、ソフトウェア業に多い「その他」は、既に移転計画がある企業等である。総じてソフ

表3 現在の所在地で事業を始めた理由

(複数回答)

回 答	全 体	ソフトウェア業	情報サービス業	電子機器関連製造業	平成2年以降創業
土地、建物等を所有していた	15(11.3%)	7(9.0%)	3(12.0%)	5(16.7%)	3(7.5%)
取引先に近い	47(35.3%)	22(28.2%)	10(40.0%)	15(50.0%)	11(27.5%)
外注先・協力会社に近い	16(12.0%)	7(9.0%)	6(24.0%)	3(10.0%)	3(7.5%)
技術者の採用環境がよい	35(26.3%)	25(32.1%)	4(16.0%)	6(20.0%)	11(27.5%)
近隣に情報関連産業が集積	20(15.0%)	13(16.7%)	5(20.0%)	2(6.7%)	11(27.5%)
都市機能が集積	26(19.5%)	13(16.7%)	5(20.0%)	8(26.7%)	7(17.5%)
大学、研究機関等に近い	4(3.0%)	1(1.3%)	2(8.0%)	1(3.3%)	3(7.5%)
鉄道・地下鉄の駅に近い	79(59.4%)	49(62.8%)	14(56.0%)	16(53.3%)	24(60.0%)
道路の便がよい	35(26.3%)	13(16.7%)	7(28.0%)	15(50.0%)	6(15.0%)
施設コストが割安である	40(30.1%)	27(34.6%)	6(24.0%)	7(23.3%)	15(37.5%)
十分なスペースがある	25(18.8%)	17(21.8%)	3(12.0%)	5(16.7%)	9(22.5%)
駐車場が確保できる	24(18.0%)	15(19.2%)	4(16.0%)	5(16.7%)	8(20.0%)
その他	20(15.0%)	10(12.8%)	6(24.0%)	4(13.3%)	8(20.0%)
合 計	133(100.0%)	78(100.0%)	25(100.0%)	30(100.0%)	40(100.0%)

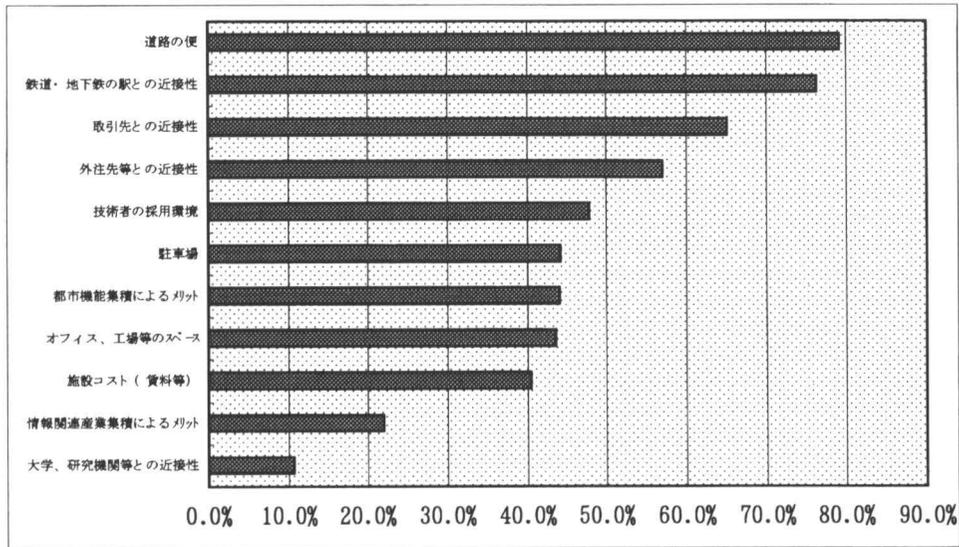


図3 自社の立地場所について「恵まれている」と回答した割合（高率順）

トウェア業の移転意向が高いのが、注目される。

ヒアリングにおいてもアンケート同様に「名古屋に地縁があり、この地方だけで活動が完結できるので、移転することは考えていない」という意見と「まもなく東京にオフィスを持つ予定。理由としては、顧客の大半が東京周辺であり、情報も集まること。またサポートする企業サービス業の質も高い」、「愛知県自体が情報技術産業が強くない、仕事を広げようと思うと、営業活動は首都圏に出ていく必要がある」、という双方の意見があった。

また、別の角度から「引っ越しには多大な費用と手間がかかる。よほど良い条件や必要性に

迫られないと事務所は移転しないだろう。」という意見もある。

④将来の事業所立地の条件

－安くて、広くて、駅に近いこと－

前項のアンケート設問において、良い場所があれば「事業所増設」、「事業所移転」と回答した企業について、良い場所の決め手になる条件について訊ねたところ、「施設コストが割安」77.8%、「鉄道・地下鉄の駅に近い」75.9%、「十分なスペースがある」68.5%をあげた割合が高かった。

「大学、研究機関等に近い」は、13.0%と低率

表4 将来の事業所立地

回答	全体	ソフトウェア業	情報サービス業	電子機器関連製造業	平成2年以降創業
現在の場所で引き続き事業継続	63(48.8%)	33(42.9%)	13(56.5%)	17(58.6%)	13(32.5%)
良い場所があれば事業所増設	14(10.9%)	11(14.3%)	2(8.7%)	1(3.4%)	7(17.5%)
良い場所があれば事業所移転	39(30.2%)	23(29.9%)	8(34.8%)	8(27.6%)	15(37.5%)
その他	13(10.1%)	10(13.0%)	-	3(10.3%)	5(12.5%)
合計	129(100.0%)	77(100.0%)	23(100.0%)	29(100.0%)	40(100.0%)

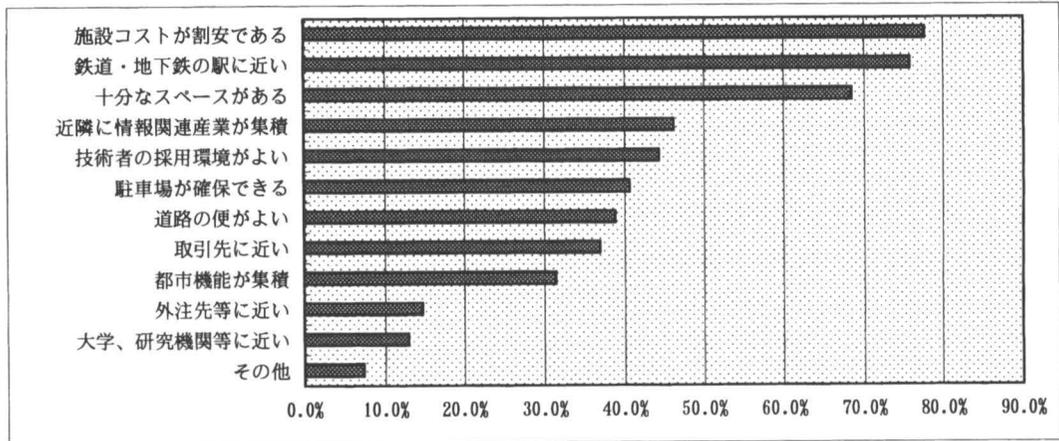


図4 良い場所の決め手になる条件（高率順）

にとどまっている。

ヒアリングにおいても「グレードよりも家賃を重視」という意見があった。

なお、「現在の所在地で事業を始めた理由」と「将来移転する場合の決め手」の回答順位を対比したのが表5である。「鉄道・地下鉄の駅に近い」「施設コストが割安である」が双方とも高い順位を占めている一方で、「現在」と「将来」の条件を比較した場合相対順位が大きく変化したもの

がある、それらを下記に示す。

「十分なスペースがある」（7位→3位）

「近隣に情報関連産業が集積」（9位→4位）

「取引先に近い」（2位→8位）

「十分なスペースがある」の順位が大きく上がっており、駅との近接性、床コストに加えて近年事業拡大に伴うスペースの確保が重要になってきていることがうかがえる。また、これまでの産業では、取引先や関連業者との地理的な位置関係が重要であったのに対して、情報関

表5 「現在の所在地で事業を始めた理由」と「将来移転する場合の決め手」の回答順位

（複数回答）

回答順位	現在の所在地で事業を始めた理由	将来移転する場合の決め手
1位	鉄道・地下鉄の駅に近い(59.4%)	施設コストが割安である(77.8%)
2位	取引先に近い(35.3%)	鉄道・地下鉄の駅に近い(75.9%)
3位	施設コストが割安である(30.1%)	十分なスペースがある(68.5%)
4位	技術者の採用環境がよい(26.3%)	近隣に情報関連産業が集積(46.3%)
5位	道路の便がよい(26.3%)	技術者の採用環境がよい(44.4%)
6位	都市機能が集積(19.5%)	駐車場が確保できる(40.7%)
7位	十分なスペースがある(18.8%)	道路の便がよい(38.9%)
8位	駐車場が確保できる(18.0%)	取引先に近い(37.0%)
9位	近隣に情報関連産業が集積(15.0%)	都市機能が集積(31.5%)
10位	その他(15.0%)	外注先・協力会社に近い(14.8%)
11位	外注先・協力会社に近い(12.0%)	大学、研究機関等に近い(13.0%)
12位	土地、建物等を所有していた(11.3%)	その他(7.4%)
13位	大学、研究機関等に近い(3.0%)	

連産業では扱う部品が軽量であったり、通信でやりとりできるものであることから、こうした関係より周辺の関連産業の集積が重要となっていることが分かる。ヒヤリングでも技術者の応募・採用には地域イメージが重要であることが指摘されていた。このことは、「技術者の採用環境がよい」（4位→5位）という回答が高いことからもうかがわれる。

5 実態調査のまとめ

立地要因以外の実態調査結果を含め把握できた情報関連産業のを整理すると次のとおりである。

資本金—ソフトウェア業の過半は、資本金2,000万円未満の企業である。

従業者—5年前と比べて従業員規模は拡大。独立志向の強い面がある。

経営者—ソフトウェア業では40代以下の経営者が4割を占める。

創業時期—ソフトウェア業では最近10年以内に4割以上が創業している。

事業内容—業種の枠組みを超えて関連する分野に幅広く進出している。

主な取引先—名古屋市及び県内の製造業・情報産業がお得意さまであるが、一方首都圏等大手の下請けの一面も見受けられる。

主な外注先—名古屋市内外の比較的近距离に立地している。しかし同一区内にあるほどの近接性は要さない。

事業展開のネック—営業力、技術力に悩み。根底に東京との格差がある。

所在地—ソフトウェア業、情報サービス業は都心型産業である。

現在地への立地時期と移転経験—情報関連産業の7割は移転経験ある。

事業所等の規模・所有形態—ソフトウェア業の事業所は大半が小規模・賃貸である。

現在の所在地で事業を始めた理由—交通便利で取引先に近く安いことが決め手。

所在地の事業環境評価—交通の便、取引先との近接性に満足している。

将来の事業所立地意向—4割の企業が増設、移転の意欲がある。

将来の事業所立地の条件—安くて、広くて、駅に近いこと。

技術等の修得に関する特性—技術は自社開発か取引先からが主。大学は少数派。

■小さく生まれて、事業拡大に伴い、よりマッチしたオフィスを求めて移転する産業

■実務経験で培った経験で取引先・外注先とネットワークを組みながら仕事を進める産業のイメージが浮かんでくる。

■都心の駅に近い場所で条件が良ければ、新たなテナントとして見込みうる産業とも言える。

その一方で、東京の圧倒的な情報関連産業の集積に対するハンディキャップを感じるとの指摘も多く、首都圏、関西圏との競争は容易ではないと思われる。

交通の利便性や広いスペースで安価な賃貸オフィスが不可欠であるのはもちろんとして、ヒヤリング先で情報関連産業の集積に必要な事項として指摘された下記の事項が重要な要素として考えられる。

○大口の顧客（できれば最先端の業務を気前よく委せてくれる）

○優秀な技術者と彼らを育てる教育・研究機関

○知的、文化的な刺激を感じさせる都会的な環境

○技術情報や営業情報が飛び交う情報関連産業の集積

6 結び

本調査は、近年の成長が著しい情報関連産業をとりあげ、名古屋市におけるその立地の現状や特性を把握し、集積に向けての課題、施策を整理したものである。本調査の結果、情報関連産業、特にソフトウェア業の立地については、大きくは都市的魅力（市場としての魅力も含めて）、より個別的な条件としては低家賃や交通の利便性を求める企業の世界であることがうかがえた。従来、企業立地の主対象であった製造業がha単位の土地需要であったのに対して、ソフトウェア業等の情報関連産業は坪単位の部屋の需要であることも大きな違いである。また、情報関連産業で働く人材についても従来型の産業とは異なる指向性や個性、あるいは職場間の流動性を見せている。

情報関連産業が次世代を担う産業であるとして、その立地・発展を促進しようとするのであれば、従来型の企業誘致（あるいは規制による誘導）の手法は通用し難く、当該産業の実態、ニーズによりふさわしい施策が必要となる。すなわち行政は直接的・ハード的な支援から間接的・ソフト的な支援に重点を移すこととなる（施設建設から必要な情報・サービスの提供へ）。また、支援体制についても他の行政部局や民間団体との連携、役割分担のあり方の見直し等、これまでの枠組みを超えた新しい仕組みづくりが求められている。

なお、本調査では主に行政やまちづくりと関連が深い分野において、かつベンチャー的な中小企業を念頭に置いての支援施策を論じているが、情報関連産業全体としてのよりダイナミックな発展のためには、名古屋市を中心とする圏内の産業全体の動向が大きな鍵を握っている。特に層の厚さと技術力の高さを誇る本地域の既存製造業が情報関連分野へ積極的な進出・拡大を図ることは、地域の情報関連産業にも大きなインパクトを与えると予想される。例えば、自

動車産業の一大拠点としての強みと技術を生かしたITS(高度道路システム)関連のソフトウェア業務や、モノづくりに密着したFA(ファクトリー・オートメーション)等生産活動につながるソフトウェア業務等の分野において国際的な拠点としての成長が期待される。

編集後記

11月の第2週にデンマークとドイツの環境再生プロジェクトを視察しました。日本より少ない人口密度と薄暗い寒空とが相重なり、地方においては淋しい情景が続いた一方、コペンハーゲンの中心街ストロイエやケルンのホーエ通りは、多くの人々にぎわっていました。

今日のストレス社会に生きていく私たちは、快適な生活環境を希求する一方で、時には人と身近にふれあい、にぎわいを求めているのではないのでしょうか。そういった自問に対し、今回の特集では執筆者の方々の慧眼により、にぎわいの意義を改めて認識しました。今後、都市のにぎわいづくりにおいて、ハード面での整備とともにソフト面での手法がますます充実されることが期待されます。

なお、原稿執筆の依頼にあたりましては、初めてご連絡させていただいた方が多かったのですが、突然の依頼にもかかわらず快くお引き受けいただきました。皆様に厚くお礼申し上げます。

(出縄)

●アーバン・アドバンス No.18 ●

2000年11月発行

編集・発行 財団法人 名古屋都市センター

〒460-0023 名古屋市中区金山町1丁目1番1号

Tel : 052-678-2200 Fax : 052-678-2211

印刷 株式会社荒川印刷

表紙・グラフィックデザイン temple

※この印刷物は、再生紙（古紙含有率100%、白色度70%）を使用しています。

アーバン・アドバンス 次号予告

【第19号 特集／ポストバブルの都市開発】

バブル崩壊後、都市開発においては様々な事業が縮小・撤退し、“元気”な状態ではありませんでした。しかしこのところ、各都市において大きな開発が見られるようになり、特に、工場跡地などの遊休地を有効利用した開発が目立っています。こうしたポストバブルの時代に不況を乗り越えてきた最新の都市開発の事例を中心に“元気な都市”の姿を紹介していきたいと考えています。

アーバン・アドバンス 前号

【第17号 特集／人工環境としての都市と自然環境】

都市の環境デザインの基本的考え方・・・大阪大学大学院教授	鳴海邦碩
都市に自然をつくる—その必然性と問題点を探る— 東京農業大学地域環境科学部教授	近藤三雄
熱くなる都市における“みず”と “みどり”と“そよ風”の冷却効果・・・九州大学総合理工学研究科教授	片山忠久
環境共生型居住システムの構築・・・名古屋大学理工総研助教授	奥宮正哉
環境親和型建築をつくるための都市の条件を考える・日建設計取締役	松縄 堅
ごみとの戦い in なごや・・・名古屋市環境局ごみ減量対策部長	加藤正嗣
海外レポート・・・ケチバ市役所市長室 儀典・国際交流課 市長補佐	竹村知寿子
自主研究 米国における公共交通の再生とまちづくり・名古屋鉄道株式会社	服部重敬
名古屋市計画局都市景観室主査	近藤 誠

保存用

名古屋都市センター調査課
(13階事務室)



Nagoya Urban Institute