

中心市街地再生を考える

東北芸術工科大学教授 水島孝治先生

1997. 6. 21 於：小諸市民会館

第11回信州自治体学会フォーラムにて

中心市街地再生を考える―目次―

1	歴史の流れの必然としての、中心市街地の衰退	P 1
2	中心市街地衰退の背景	P 1
	1) 購買意欲を持つ人がなくなったこと	
	2) 車対策の遅れ	
	3) 地価が下がらない	
	4) 公共施設が先頭を切って郊外へ出ていく	
	5) 個人個人の選択の集合が中心市街地の衰退	
	6) 総合的に中心市街地の問題を論じることが必要	
3	大都市との違い	P 3
	1) ジェントリフィケーション～機能の単一化	
	2) 昼間人口が多いこと	
	3) マーケットが大きい	
	4) ブランド志向	
	5) 電車対応の都心形成ができている	
	6) 都心も努力している	
	7) 大都市の問題は文化的、社会的な意味	
4	ヨーロッパとの違い	P 4
	1) ヨーロッパも衰退は始まっている	
	2) 野放図な郊外化にたがをはめる都市計画の存在	
	3) ストックとなりうる建物の存在	
	4) 大都市ともヨーロッパとも違う状況	
5	中心市街地で何ができるか	P 6
	1) 歴史とか生活文化の連続性の存在を確認する	
	2) いろいろな機能のミックスがにぎわいとなる	
	3) 改めて都市とはいったい何なのかを問う	
	4) 車で入りやすくすること	
	5) できることなら住んでもらいたい	
6	都心のチェックポイント	P 7
	1) 都心の健康度をチェックする4つのA～イギリス	
	2) ホワイトによる都心の判別の方法	
	3) ジム・ラウスによる都市開発の条件	
7	にぎわいを生む工夫	P 11
	1) 人の密度を高める	

2) 質の高い都市空間を生み出す

3) 住宅を導入する

4) 商業空間を集約する

8 市街地再開発の決め手 P 1 4

1) 行政の関与

2) デザインの問題

3) それなりの覚悟を持って取り組む

4) 遊びの要素をどう組み込むか

5) 壮大な計画をつくる

6) 住むという視点

7) それぞれの都市による解決を

中心市街地再生を考える

東北芸術工科大学教授 水島孝治先生

1997. 6. 21 於：小諸市民会館

第11回信州自治体学会フォーラム

1 歴史の流れの必然としての、中心市街地の衰退

ただ今ご紹介にあずかりました、水島でございます。本職は赤土山開拓団の最高顧問で、余技として大学で教えております。よろしくお願いいたします。

中心市街地の再生ということで、何年か前、第1回のこの信州自治体学会のフォーラムでも、まったく同じテーマでお話いたしました。

今回は、まったく同じ話をするわけにはいきませんが、前回話したことは幸いにも高橋さんがまとめてくださいましたが、そこで何を話したかといいますと、中心市街地というのは歴史的に見てみると（世界的な流れですけれど）、いろいろな理由を原因として人口の拡散を始め、それに伴って衰退してきているのだということです。

わたしの考え方では、その流れは必然的な流れではないかと理解をしているということです。

歴史的にみると、人口拡散が始まるのは何といたっても工業化によって人口集中が起きて、反動として、その都市問題を解決するという、良くするために、人口拡散を起したわけです。その一度始まった人口拡散が、車という交通手段の助けを借りて、どんどん拡大していったものだと思います。

その意味では中心市街地がどんどん衰退していくというのは、文明史的な、あるいは都市史的な流れからいうとむしろ必然なのだとは私は思うのです。

そのような覚悟の上で中心市街地を見ておかないと、郊外の大規模店を敵にしてもしょうがないわけで、郊外大規模店を支えているのは間違いなく消費者なんですから、むしろ歴史的な流れの中でちゃんと理解しておかないことには、対策は打てないのだろうということです。

むしろ問題があるとしたら、どのようなことが問題であったかという、そのような流れに対して、行政の政策というのは、流れにさおさすことはあったけれども、その方向を曲げようとか止めようとしたことはなかったということなのです。

そのことは、いまほぞをかんでいる各市町村は胸に手を当てて見ればわかることなのです。

そのように何も手を出すこともなく、中心市街地が衰退するのを黙認してきたのが、その都市の施策の流れだったのです。

このような話をちゃんと前段に押さえておかないと、今どうしたら良いかという話は、なかなか出てこないだろうと思うのです。

2 中心市街地衰退の背景

1) 購買意欲を持つ人がいなくなったこと

前回松本でお話しした続きなのですが、それ以降、これまで間に中心市街地が今いったいどのようになったかという、一つは住人がいなくなった。住む人間がいなくなったということです。

住む人間がいなくなったというのは、単なる数の問題ではないのです。一番大事なことは、購買力を持った人間とか、購買意欲を持った人間がいなくなったことなのです。

この2つは非常に差がありまして、お年寄りには金を持っているが購買意欲はないのです。むしろ若い人、金はなくても購買意欲のある人、こういう人がいなくなってしまったのです。この人がどこへ行ったかという、郊外に移って、郊外の大規模店を支えているのです。

もう一つは、女子高校生、女子大学生とか、若いOLとか、こういう人間が街をうろつかなくなったのです。こういう女の娘は、大部分東京に行ったとか大阪へ行ったとか、大都市へ行ってしまったかも知れないけれど、残っている人間もうろつかなくなったのです。これはさきほど、女性の問題がたくさん出てきましたけれども、皆さんはよく胸に手を当てて考えればわかるのですけれども。歴史の証明するところでは男は稼ぐ動物です。女は使う動物なのです。

若い女性とか、若い女性層がいなくなったということが、最も商店街の中の、中心街の衰退を加速させた原因だと思っているのです。それが「住人がいなくなった」ということの一つの内容です。

2) 車対策の遅れ

もう一つは車の問題です。車では街の中に入れないとか車で入っても駐車できない、駐車できても金がかかるとか、車対策の遅れです。特に地方都市では、車で動く買物とか、レジャーパターンが定着しているわけですし、これができないということは、大きな障害になるわけです。車で入れる、入って駐車しても安い、ただというのが大条件なのです。

3) 地価が下がらない

もう一つの大事な背景は、このように中心市街地が衰退したにもかかわらず地価が下がらないということなのです。相対的に高いということなのです。

これは、日本の地価の付け値のシステムの非常におかしなところに原因があり、アメリカとかヨーロッパにはないことなのですけれども。地価というのは、土地独自の動きかたをしますから、衰退して上物がだめになっても、地価は下がらないのが現状です。

その結果何が起ったかという、新規に立地しようとするのが非常に難しいのです。新規立地、あるいは、拡大化しようとしてもできないのが中心市街地です。

4) 公共施設が先頭を切って郊外へ出ていく

もう一つ、これらの一つの表れなのですけれども。こういう郊外化の流れの中で、公共施設が先頭をきって郊外へでていったのです。市役所、博物館、運動公園、公民館いづれも出ていきました。これは、地方都市にとって致命的だと私は思っているんです。

なぜかという、これらの施設は人を集める施設で、市の行政が握っている手駒としては最も有力なものです。他の民間が手を付けるわけにはいかないわけですから。唯一いえるのは、市、行政が持っている、おのれの施設ということです。

これらの施設が先頭きって出ていったのですから、この影響力というのは、非常に大きいのです。幸い小諸市は、ここに残っていますから良いのですが、これが出ていくようだとこの街の中心街も、もうおしまいということなのです。

5) 個人個人の選択の集合が中心市街地の衰退

それと当然のことながら、民間商業施設であっても、中心市街地でもって規模の拡大をしようと計画してもできない。やろうとするならば、郊外へ行く。気のきいた人間は、郊外大規模店にくっついて、自分自身が専門店として立地する。そのような流れだと思うのです。

このような流れは何かというと、中心街にはそれぞれの役者がいるわけですが、行政も、民間も、それぞれみんな個人個人が考えて、個人個人が一番よいと思う選択をして、その選択の集合が中心市街地の衰退だということなのです。

誰れも彼れもが、おそらく自分が考えうる最善の選択をして、その結果それぞれのお店はまず住居を外に移し、ついでに自分の店は商業専門店として郊外店にくっつけていく。それぞれいい判断をしているわけですね。いい判断と思っしてしているわけです。

行政も市民サービスを向上させるためには車で来なくては間に合わないわけです。広い場所で、しかも施設が広くなくてはいけないから、などといって、郊外へ出ていくわけです。

6) 総合的に中心市街地の問題を論じることが必要

要するに、個人がバラバラに最適の選択していると、こういう結果になるわけで、何と云うか、ゲームの理論で言うとゼロサムどころではなくて、囚人のジレンマというか。全部がだめになるというパターンなのです。

こういうことをどのようにして解決していくかという、もっと総合的な話として、中心市街地の問題を論じていかないと、所詮は負け犬の遠吠えに過ぎないのだろうと、私は思っているのです。

3 大都市との違い

1) ジェントリフィケーション～機能の単一化

このような中心市街地の状況があるのですけれど、これが大都市とどう違うのかということ、注目しておく必要があると思うのです。大都市の問題というのは、衰退の問題ではなくて、ジェントリフィケーションと言っているのですけれど、機能の単一化という問題があります。

いろいろと機能がミックスされて、複合化されたものの中から、最初に住宅を追い出し、あるいは、弱い個人商店を追い出したり、だんだんと純化していくのです。

そうした形で、衰退という形は取らないのだけれど、ぜんぜん違う都市の形を生み出している。だけれども、衰退ではないのです。

そして、相変わらず地価は高いわけです。

2) 昼間人口が多いこと

衰退でないのは何故かということ、やはり昼間人口が多いということです。中心街に、昼間の人間が多いということで、このことはどのようなことかということ、いろいろな職種のいろいろな年齢層の人間がウジャウジャいるということです。

そういう人たちが、たとえば物販であろうと、飲食であろうと、娯楽であろうと、

カルチャーであろうと、エステであろうと。このようなたくさんある商売を支えているわけです。

その上ただ支えているだけではなくて、こういう人間がこの次の日曜日には、友達を誘って来るという図式になっている。人間がうじゃうじゃいる、昼間人間がうじゃうじゃいるということは、とても大事なことだと思うんです。

3) マーケットが大きい

それから言うまでもないことですけれども、マーケットが大きい。大都市のマーケットは、非常に大きいのです。

4) ブランド志向

それからもう一つは、日本には、外商というのがあります。販売システムとしてはかなり特徴的であり、ブランド志向、企業のブランド志向に支えられています。ブランド品でないと相手に信用されないという社会慣習です。このようなものがありますから、個人消費が減ったとしたても、終身小売という仕組みは支えられてきたのです。

5) 電車対応の都心形成ができています

もう一つは、大都市というのは、電車対応の都心形成ができています。全部を電車で対応しているのではないのですけれども、少なくとも、車にしか頼れないというモードだけでは、交通モードとは言えないわけです。

「車以外の交通手段を持つ」ということは、お客さんの選択の余地が車以外にあるわけですから、昨日は少し我慢しても車に乗っていこうという人間も、今日はさっさと行こうと思うと電車に乗っていける。そのような選択を与えてくれたものですから、高い都心の土地での駐車場不足をそれほど顕在化させなかったのです。

6) 都心も努力している

もうひとつは、やっぱり都心も努力しているのです。歩行者天国なんていうのも、今から20年くらい前に仕掛けました。

あのような仕掛けによって、日曜日に客を郊外から引き寄せる工夫をしていますよ。

7) 大都市の問題は文化的、社会的な意味

このようないろいろなことが重なって、地方都市と大都市というのは違ってくるのです。大都市の問題というのは、衰退という問題というよりもむしろぜんぜん都心の様相、性格が変わっていくという、むしろ文化的な意味とか、社会的な意味の方が大きいのです。

4 ヨーロッパとの違い

1) ヨーロッパも衰退は始まっている

ヨーロッパとはどう違うのかというと、ヨーロッパは大丈夫というけれど、ヨーロッパの一部ではやはり衰退が始まっているのです。ただしこの衰退というのは、人種問題とか、あるいは産業構造が変わったことに対してついていけなかった地区が根こそぎだめになるという問題なのです。

その産業構造云々かは、ロンドンの東のドックランドという大規模開発をやっていますが。あれなんか典型です。

産業構造が変わったために、長年放っておかれたところなのです。あれは今再生していますが、あのような現場を、上物を取り壊す費用、その分が要するに地価がマイナスになるという話をしています。わりと地価は健全な指標として動いているものですから、再開発が可能なのです。

こういうマイナリティー問題とか、産業構造の問題とか、別の要因からヨーロッパの場合は中心部の衰退が見られているのです。

2) 野放図な郊外化にたがをはめる都市計画の存在

わが国と違うのは何かというと。ヨーロッパといっても一律ではないのです。南に行くほど計画というのはゆるみ、北に行くほどきついのです。

しかもイギリスというのは、ちょっと違う計画方式をとっています。基本的には、計画によって野放図な郊外化にたがをはめているのです。それは別に大規模商店対策で行っているわけではないのです。都市計画として行っているのです。

イギリスの場合ですと、グリーンベルトという有名なものがあります。グリーンベルト

をちゃんと保存して、そういう所に大きな建物が建たないようにしていますし、また既に隅々まで人間の手が及んでますから、新規開発というのは、既存の開発地を壊して作る以外にないわけです。

それは開発許可という、イギリスの独特の計画の体系です。日本の開発許可と言葉は同じですけどまったく内容が違う。開発許可という仕組みによって、野放図な開発を防いでいるわけです。

ドイツとか北欧は、さきほど茅野さんが紹介していたけれども、マスタープランを基に、極めて細かな詳細計画を立てます。詳細計画が立案されることが開発の条件ですから、計画の操作の中で郊外化なんてできないわけです。勝手に2000㎡の小売店を建てるなんていうことは、できない話です。

初め計画に載せられ、マスタープランに載せられて、それが実際の詳細計画に載せられた段階で、初めて可能なのですけれど、それから、いきなり郊外のバイパス沿いに大規模店が立地するなんていう状況は絶対に生じないのです。

これは、繰り返しますけれども、大規模店対策として、そういう方法が行われているわけではなくて、都市をどのようにして形作っていかうかという長年の彼らの蓄積から、今世紀ではなくて、前世紀半ば以降の積み重ねの中で、そういう状況で町が作られているのです。

3) ストックとなりうる建物の存在

もう一つヨーロッパと日本の違いというのは、中心市街地に残された建物がストックとなりうるということなのです。日本の場合中心市街地に残されたものは、ただのボロ屋ですけれども、ヨーロッパの場合だと、残された建物はストックとなりうる可能性を持っている。しかもその建物をお金をかけて修復して住むということは、一種の社会的なステータスになっているのです。

そういうことが可能であると、どのようなことが起るかということ、中心市街地が持っている文化的、あるいは歴史的な連続性が街の空間のデザインそのものにうまく生きるわけです。街の中に新規の突飛なものができるわけではなく、何世紀も前の人間の汗がしのべるような、そういう街ができるということです。これは大きな宝なのです。

但し、日本にこれをやれといっても無理で、日本はフロー文化の国ですから、こういうことを期待するのは無理かも知れないのです。フロー文化にふさわしいような、ぶっ壊して新しいキラキラしたものを建てるという方が正解かもしれないのです。

4) 大都市ともヨーロッパとも違う状況

いずれにしても、ヨーロッパと比較するとあまり参考にならないのは、要するに計画体系が違うということは、文化が違うということです。長年の歴史に培われた文化が違う、考え方が違うということですし、フロー文化とストック文化というのは大きな差ですから、それをそのまま持ってきたって参考に、多少はなるけれども、持っていくようがないわけです。

むしろ日本はアメリカに近いわけですし、アメリカは大規模郊外、メガモールという施設をどんどん郊外に作って、最近ではメガモールもついに行き詰まってきて、再びダウンタウンと言いだしたのです。

そのような意味でアメリカの方が追っていく歴史としては参考になるけれど、いずれにしても、大都市とも違うしヨーロッパとも違うことが、日本の地方都市の中心市街の状況だと私は思います。

5 中心市街地で何ができるか

1) 歴史とか生活文化の連続性の存在を確認する

それでは、中心市街地で何ができるかということですが。中心市街地にあるのはなにかということなのです、今残されているのは。それは端的に言えば、歴史とか、生活文化の連続性とか、抽象的には、そういうものしかないと思います。

昔から小諸は小諸だった、そういう歴史です。江戸にさかのぼれる、さらに昔にさかのぼれるような連続性。それが具体的に、たとえば老舗の存在であるとか、あるいは白壁の古い建造物とか、あるいはお寺とか神社とか、あるいは木とか、あるいは地名とか、あるいはお祭りとか、あるいは水路とか、あるいは言い伝えとか、そういう物と話に残っているのです。

これはデザインの世界からいうと、特に土地デザインの世界では使えるものなんですけど…。なにしろ歴史に対しては人間は弱いものですから、歴史にさからえないのです。こういうものが使えるものと思います。

但しこれが理解されていないものだから、あたら潰されていく現状です。これがあるということをちゃんと確認する必要があると思います。

2) いろいろな機能のミックスがにぎわいとなる

そのような中心街で何が目指されていくべきかという、目指しているものは言うまで

もなく、かつての都市のにぎわいだと思います。かつてにぎやかであった頃の都市のにぎわいを、また取り戻したい。あの頃の楽しい私生活を取り戻したい。そういう願いでしょう。その楽しいとか、にぎわいというのはなにかということをもう一回考える必要があると思います。

さきほどから中心市街地の商店の話になるのですが。実は商店なんていうのは、わずかな役者にすぎないのです。ほんの一部の役者に過ぎない。都市のにぎやかさとか楽しさというのは、いろんな機能がミックスしていることだと思います。ショーだけじゃないですよ。もちろん住んでなくてはいけないし、文化的なものもあるし、社交生活もあるし、人間が外へ外へ行くにしたがって、そういう物1つ1つを切りはなしていったわけです。

買物もできる、仕事場でもある、社交もできる、ちゃんと生活もある。別の言葉で言えば、教育もあり、文化もあり、娯楽もあり健康施設もある。そういうもののミックスが都市の魅力なのです。

3) 改めて都市とはいったい何なのかを問う

そのような意味で都心の再生、中心市街地の再生ということは商店街の再生という枠をはずれて、本来都市とは一体何であったのだろうかという話に帰らないと、みんなに共感を得る、また郊外大規模店を支えている消費者に共感を得る再生なんてありえないと思うのです。

その辺を出発点にしないと、再生というのはおそらくすぐだめになると思っています。

それで、過去をさかのぼってみると、アリストテレスはこう言ったそうです。「人は生きるために都市へ移住している。そして人は、良き人生のために都市に留まる」

2000年以上も前の話ですよ。都市の本質をとらえていると思いませんか。食うためだけではないのです、それ以上の生活をするため、その場が都市だったはずですよ。

郊外住宅地のつまらなさというのは、住宅にかたよった、単調な生活によるものです。そうではないのが中心市街地です。こういう都市を作るために、当面何をしなくてはいけないかというのは、全国のコンサルタントがさっきの福川君の話も出ていたけれど、彼が言っているとおり手札というのはあまりないのです。つまりその手札は決まっているのです。

4) 車で入りやすくすること

それは車で入りやすくすることです。特に安い駐車場が問題、ただが一番ベストとなります。

そして、どのようにして人を車から引きずり出すか、歩いてくれないと困るのです。車からおりた人間をいかに少しでも長く滞留させるか。財布のひもは、長くいれば長くいるほどゆるくなりますから。どうやって長く滞留させるか、それが第一の目標です。

5) できることなら住んでもらいたい

次に、できることなら中心市街地に住んでもらいたい。より多くの人が住んでもらいたい。さらに空間の整備の仕方として、また行きたい。できれば住みたい。そういう空間をちゃんと整備することが大切です。

これを口で言うと簡単なんですけれど、全部難しいのです。とっても難しい話です。高橋さんが苦勞しているのはこのことを苦勞しているのです。何年も苦勞しているのは、なかなか難しいことの証明なのです。だけどこれがなかったら、再生ができないということだけは確かなことなのです。だから一生懸命やることが大切です。

そういう意味で、「商店街が活性化すればいいや」という話ではない話が、千野さんとか、棚沢さんがずっと言われてきたけれど、その通りでありまして、商店街がちゃんと活性化するためには、中心街そのものが活性化しなくてははいけない。それが大前提なのです。

6 都心のチェックポイント

1) 都心の健康度をチェックする4つのA～イギリス

ここで、いくつか都心について、チェックポイントをあげた人がいるんです。それをちょっと紹介したいと思うんです。

イギリスでも中心市街地の衰退というのはかなり大きな問題として政策課題になっています。イギリスの都市計画を扱っているのは、環境省ですけれども、環境省の調査報告書の中に、都心の健康度をチェックする4つのAというのがあります。

①アトラクション～魅力

一つはなにかと言いますとアトラクションです。魅力です。

小売のミックスがある。食があるとか、住があるとか、芸術文化娯楽があるとか、イベントがあるとか、アトラクションがある。これがあるかどうか。

食というのはあっちこっちでできますけれど、都心をにぎやかにするためのキーなんです。

②アクセシビリティ～接近性

二つめは、アクセシビリティ。日本では接近性なんて訳します。

これはもちろん言うまでもなく、都心に行くのに苦痛ではない。いろいろな意味で苦痛ではない。金がかかるとか、時間がかかるとか、そういう苦痛がない。

それから都心に行っても車の危険を心配して歩けないのではなくて、安心して歩ける状態です。

③アメニティ～快適性

三つめは、アメニティ。アメニティと言うのは、イギリスがお得意の言葉ですけれども。

商店街がよく手入れされていると思わせる。本当かどうか知らないけれど、よく整備されているなあと言う印象が与えられることです。

それから探検したり、プラスコートする人を敵視しない。そういう雰囲気がある。もちろん安全。こういうものがアメニティです。

④アクション～行動

四つめがアクション。行動。ビジョンを結果に変える行動があることです。

この四つがあるかどうかによって、都心の、健康度のチェックをしているのだと、この報告書には書いてありました。

細かな話は全部忘れましたが、いくつか事例が書いてありました。これがイギリスにおける都心健康度四つのAですけれど、こういうことを言っている人はたくさんいるのです。

2) ホワイトによる都心の判別の方法

二人目に紹介するのは、ホワイトという人です。ホワイトと言う人は、30年くらい前に「オーガニゼーション マン」という本を書いて、日本で、組織的人間という翻訳書だ

ったと思うのですけれど、かなりヒットした人です。

社会学者というべきか、もともと記者ですけれども、いわゆる日本でいうと会社人間的なことが書いてあったような気がしますし、所得に応じて郊外の一戸建てを買って、どうのこうのというようなことが書いてあった記憶があります。

その人が久しぶりに、今から7・8年前に「都市、THE CITY」という本を出版したのです。ニューヨークのことを書いたのです。

この人は、本当の社会学者かどうか知らないけど、大学では英文学専攻でした。ニューヨークに住んでいて、ニューヨークを観測して、とにかく歩くということ、街路を歩くということを最優先課題、最優先のチェック課題にしている人でした。そういうバイアスがかかっている人だから、ホワイトによるだめな都心の8つのチェックポイントというのが書いてあるのです。その「THE CITY」の本に。(日本語に翻訳されています)

①根こそぎの再開発をしてしまったか

その八つのチェックポイントの一つが、ダウンタウンの多くが再開発で根こそぎにされたかどうか。

アメリカの再開発というのは戦後特にひどかったのですけれど、フェデラル・ブルドーザーと悪口を言われたように、根こそぎ買い上げてぶっ壊すんです。まっ平にするのです。

その上に、民間に売って建てるという再開発をずっとやったのです。今そういうやり方はしていませんけれど。このような再開発をやったところかどうかというのが、チェックポイントです。

②都心の半分が駐車場

それから、少なくとも都心の半分は駐車場である。

都心で唯一安定的にもうかる商売は、今や駐車場なものですから、駐車場が多いのです。

③役所がキャンパスに移る

それから、役所がキャンパスに移った。キャンパスというのは、大学のキャンパスという言葉を思い出すように、あのようなまとまった型をキャンパスと呼んでいるのですが、役所がまとまって郊外へ行ってしまった。

④スーパーブロック開発で街路が消滅

それからスーパーブロック開発で、街路が消滅したかどうか。スーパーブロック開発というのは、昔のちまちました街路を全部ひっくくって、大きなブロックにし、大きなブロックで、開発する、スーパーブロック開発というです。それが四つめ。

⑤囲い込まれたショッピングモールがある

それから五つめが、囲いこまれたショッピングモールがあるかどうかです。都心に囲いこまれたショッピングモールがあるということはどのようなことかということ、要するに回りの都市の状況と関係なしに、ショッピングモールの内部空間が出来上がっていて、それがショッピングモールとして完成していることです。

こういう話が最近はやりつつあるのは、一つは、犯罪の問題なのです。犯罪に対するセキュリティを確保するために、外の出入りをなるべくふさごうというデザインをするようになって、ますますつまらないショッピングモールになるわけです。

⑥スカイウェイで結ばれている

⑦地下コンコースで結ばれている

⑧自動化されたピープルムーバーが計画されている

ピープルムーバーは人を動かす装置です。ここら辺はホワイトが街路派だから言うことです。

要するに八つのうち、該当するのが一個でも多い町がだめな都市になっていく。そのような評価です。

ここら辺で笑わせるというか身につまされるのは、役所がキャンパスに移る。都心の半分が駐車場になっている。これもやっぱ笑わされる。よく核心をついていると思います。

これがホワイトによる都心の判別の方法です。

3) ジム・ラウスによる都市開発の条件

もう一人ついでに紹介しておきます。ジム・ラウスという男がいます。

去年だったか、亡くなりましたけれども。

ジム・ラウスというのは、一番始めは、ワシントンD. C郊外のニュータウン、コロンビア。画期的なニュータウンを作ってデビューした人です。もっと有名なのは、ボストンのファニエルホールという、マーケットプレイスの再開発で一躍男をあげ、そのあとボルティモアのハーバープレイスでもってマーケットプレイスという、さらに有名になった都心の開発者です。

特にウォーターフロントが日本で何年か前に盛んにいわれた時代には、このジム・ラウスのボストンとか、ボルティモアの計画がずいぶん紹介されました。

①都心に隣接し、水のそばにあること

その頃日本に来て、講演していたその講演録にあるのですけれども、彼の開発した、マーケットプレイスという場所があるのですけれども、それが成功した条件がなにかというところ、その場所が都心の活動に隣接している。

要するに都心の最も活発なところに最も隣接している。それで水のそばにある。水というのは、アメリカ人にとっては魔法の仕掛けなんだそうです。アメリカ人は水には弱いらしいです。この2つが第1条件。

②アクセスが良くて目立つ場所にあること

2つめはアクセスが良くて、その土地自体の見通しが良く、見通しというのは、目に見える、ふさがれてないということです。しかも目立つ場所にある。そういう立地条件です。

③強大な市場を形成できる、その都市及び周辺都市の状況がある。

④地方行政の関与

それから4つめは、地元行政の関与。これが成功した理由だとしています。

地元行政の関与は何かというと、土地を整備することやインフラを整備することについて地元行政が関与しているということです。

7 にぎわいを生む工夫

1) 人の密度を高める

①人の集まる施設を置く

こういう話をいろいろと聞いて見ると、さきほど、むずかしいといったけれど、通じるものとしていっていると思うのです。要するに、人をどのようにして集め、どうやって歩かせ、どうやって滞留させるかそういう仕掛けを作ることです。

それで問題なのは、にぎわいを生む工夫の問題なのです。にぎわいをどのようにして生んだらいいのだろうかということです。

にぎわいを生む工夫というのはいろいろといわれていますけれど、わりあいと論理としては単純なことで、人の密度をどのようにして高めるかということです。

人間の密度を高めるということがにぎわいの最大の出発点だと思うのですが、それには人の集まる施設を置く、あるいは、あった施設を動かさない。

さきほど言いましたけれど、せっかくわけのわからない人間がいっぱい集まる役所とか、あるいは病院も、博物館も。行政が操作できる大切な手駒をわざわざ郊外に移すからせっかく人が来るにぎわいの源泉をそいでしまったわけです。

人が集まる施設はやっぱり配置しなくてはいけない、動かさないことが大切です。

②集中の拠点をつくる

これと同じことかも知れないのですが、都心の中にあえて、集中の拠点を作らなければいけないだろうと思っているのです。

拠点なのか、軸なのか、そこら辺はケース・バイ・ケースだと思うのです。全部都心の中の旧市街地が、全部おしなべて活性化するなんということは夢の話です。なぜかというところ、郊外化したわけです。郊外化してつぶれているわけですから、それをひっくりかえすわけです。だからここではあえて中心市街地にはにぎわいの拠点をつくらなければいけないだろうと思うのです。さらに軸であれば申し分ないと思います。

さきほどのホワイトですけれど、ホワイトが言っているのは街路が大事と言っているのです。街路は都市の命が流れる川である。都市の命というのは具体的にいうと人間なんですけれど。もう一つおもしろいことをいっているのは、まっ昼間に街路を観察していて、1分間に千人以下の通行量しかないようだとデパートもよいレストランもささえられないと、言っています。人通りが大事だと言っているのです。

③人出を誘うイベントをつくる

それから、密度を高める工夫のもう一つとして、やっぱりイベント、人出でを誘うイベントをつくることです。

このイベントが問題なのは一過性だからでして、一過性でないためにはやっぱり文化産業的な定着をはからなくてはいけないのだと思うのです。文化産業化することです。

この間イギリスで労働党が再び政権につきましたけれど。労働党というのは、1979年からこの間まで、長いこと保守党にいじめられていたのです。いじめられている中で、労働党が強かった大ロンドン地区、(GLCと呼んでいます。労働党の牙城だったので、だからサッチャーにつぶされたのですが)。つぶされるまえのGLCがやっていたのはロンドンの文化戦略なんです。

文化によって活性化しようとしてしました。そのときに採用された文化産業の定義というのは、「文化産業とは、主要目的として意味の伝達を行なう社会的な行為である」というきわめてあいまいで広範な定義でした。

したがってたとえばパーホーミング・アートですとか、スポーツであるとか、音楽産業であるとか、広告であるとか、放送であるとか、フィルムであるとか、ビデオであるとか、写真であるとか、印刷であるとか、出版であるとか、こういう産業をどのようにして都心に定着させるか。こういうものと結びついたイベントを持っていけばそれは一過性ではなくて、定着し、イベントが人を誘って、人出が金を落とすという戦略を進めました。こういう図式が多少は期待できるだろうと思うのです。

2) 質の高い都市空間を生み出す

それからにぎわいの目立つ工夫の二つめは。一つめは人の密度を高める話をしたのですけれど。二つめは、やはり質の高い都市空間を生み出す。あるいは再生することです。

この時にさきほど言いました、中心市街地に何があるかを最大限活用するほかないのです。

飯田市の再生の切り札として、りんご並木を再生した以外に、水、堰とありますけれど、

堰を導入して再生したり、飯田市の大火が作りだした裏界線（細い、人が通る裏路地）を、通路として復活させましたが、同じように私が関係していた山形市の例では、山形市にも堰があるのです。堰というのは、江戸時代に東側の山の方から出てきている水を引いてきて、用水に使っているのです。それは今、ドブ川になったり埋められたりしているのですが、それを今再び復活して何本かある堰のうちの一つを、人の動きの軸にしようとしているのです。

そしてその軸の一番出発点が昔のお城です（霞城公園）。これは、土地だけが残ってしまって、石垣と桜が非常にきれいなところでして、そこから東に向かって約2キロくらいはなれたところに、寺町地区という所があります。その間の都心部を横切るようなかたちで堰を復活し、人を歩く動線にして、その周辺に民間施設を誘導していこうとしています。

昔からあるものを使うというのは、都心部のデザインとしてかなり使えるのではないかと思います。

それでよくいう話なのですが、都心再開発の3本柱というのは、「住宅」と「水」と「歩道」。かなり前からこれが3本柱と言っていますけれど、こういう基本方針にそったような再生のしかたがあるのではないかということです。

3) 住宅を導入する

それから3つめは、住宅をどのようにして導入するかということです。これは難しいのです。なぜなら郊外の一戸建てともろに競合するからです。

もろに競合するというのは、一戸建て志向が日本人に限らないけれども、非常に強いからです。今までは、その一戸建て志向を満足させるような住宅供給をしたわけです。産業としてやったし、行政も都市計画としてやったわけです。

これと対抗しないといけないわけですから、よほど質が高いと思わせるか環境がよいと思わせるか、どちらしかないのです。

ただこれは民間が供給したときに新しく入ってくれる人の量というのはたかがしれていますから、私はやはり公営住宅だろうと思うのです。公営住宅という考え方をもうちょっと変えて、質が悪いのが公営住宅だったのですけれども、質がいいのが公営住宅であるような切り口を作っておかないと、都心の住宅というのはなかなかできないだろうと思うのです。

それではその住宅に誰を住ませるかということ、それは当然のことながら出ていった商店主です。千野さんはまだ出てないそうですが、出るんだったら、ぜひ街に住んでもらいたい住宅をつくる。中心市街地の再生に取り組むときに、自らを被害者としている商店主が郊外に住んでいては、再生もへったくれもないわけで、まず住んでいくことです。

それからもう一つは、DINKS といわれているそうですよ。ダブル・インカム・ノウキッ

ズ。子どもがいない若い世代で、共稼ぎがねらいです。

それから、さきほど言い忘れましたが人はいなくなるといいましたが、年寄りはいるので。年寄りはいなくなっていないのです。

この人たちだけでは購買意欲がないのです。だから購買力は小さくても、購買意欲の旺盛な人に住んでもらいたいのです。

まず第1に目標とすべきは、出ていった商店主。それから若い新しい考え方というか、普通の家族感とは違う考え方を持っている層、こういう人たちがある意味での都心居住の流行をひっぱってくれる。都心部がいいんじゃないかと。しかもそこでわりと定期的にイベントが持たれていて、かっこいいレストランがあって、水辺があって、などというようになると、都心もいいんじゃないかと思うようになるのではないのでしょうか。

どれがあればいいのではなくて、それぞれ総合化して相まってできあがった都市空間に住む、そういう人間を期待しているわけです。

最近特に全国各地でやっているのは「都心居住にふさわしい住宅デザイン」「新しい町屋の設計」です。住宅の問題というのは値段もさることながら、デザインに負うところが非常に多いのです。なにしろかっこいいと思わせなければいけないのだから大変です。

そういう意味で都心居住にふさわしい住宅をしっかりとデザインする。要するにみずぼらしい住宅ではだめなのです。環境にふさわしい楽しい住宅。そういう住宅を設計開発して、それから導入し、それが安ければ申し分ないわけです。

そういうものを先兵として郊外に移り住もうとしている人間が再び戻って来る。子どもができて郊外に行くというのはある意味でしょうがないと思うのです。やっぱり広い土地ときれいな空気で飛びまわらせたいと思う人がいても当然なんだけれど、中には都心に住んでもいいと思う人間もいてもいいし、あるいは子どもの手が離れたら都心に戻ってきたいという、そういう人間もちゃんと吸収したらいいと思うのです。

こういう志向というのは、とくにディンクスなんかにかんして、都心のダウンタウン居住希望というのは、この間聞いたらアメリカなんかにはけっこうあるらしいのです。

もう一つはアメリカの住宅事情をいうと、団塊の世代が段々とリタイアの年に達してきているのだけれども、彼らの住宅志向というのは賃貸なんだそうです。賃貸の比重が非常に高いそうです。ただし、質の高い賃貸です。住宅の志向も変わってきますから、志向というか、こういうのは、流行によって誘導できるから、できることならば、いい住宅を都心にたくさん供給する。たとえば、安藤忠雄の「まちや」という作品が有名になりましたけれども、各地各地に、たとえば小諸型の都心居住住宅とか、飯田型の都心居住住宅というのが設計されて、それが学会賞でももらえればがらっとかわるかもしれません。

それが、住宅というのは非常にむずかしいのだけれども、住宅に関わるプロから見るとやりがいがある仕事だろうとおもうのです。そういう設計者をぜひつかまえて、いい住宅を作ることです。

4) 商業空間を集約する

だんだんとむずかしい話になるのですが、その次は、商業空間を中心市街地にどのようにして集約化するかということです。

中心市街地に住んでいる商業者というのは、やる気のある人間から、しょうがなくやっている人間までたくさんいるわけです。それがよくわかるのは、道路1本拡張すると、2/3は商売をやめます。こういうやる気のある人とやる気のない人と並んでいると、全体のためにならない。やる気のある人間を集めてにぎやかな拠点を作る。そういうことをむしろ大胆にやるべきだと思います。

なによりも商店街で歯抜けというのが一番みっともないわけで、あれは商業者自身の心をさみしくするばかりではなくて、買物客に軽蔑されるのです。その歯抜けのところを、歯抜けではなくて、一か所にぎやかなところに持って行ってしまおう。そういうことしたらいいと思うのです。

そうやって作る商業空間は何かというと、現在の消費者はみんな郊外型ショッピングに慣らされた客ばかりですから、慣らされた客が経験できない空間をどのようにして作るかということしかないと思うのです。それが何かといわれたって、何かわからない。要するに新しい経験をしていると思わせるような、そういうしかけが大切です。

ただ商店が並んでいるだけではないわけです。商店もあれば何か遊びもあれば、もうちょっと文化的刺激がある、そのような複合体をつくるべきで、そういう集約化された拠点を作っていけば少なくともその周辺には恩恵があるだろうと思うのです。

住宅のところでは言い忘れましたが、埼玉県の上尾市というのは、都心部のミニ再開発をやって住宅を取り戻したという先進例としてがんばっています。大した数はやっていないのですけれど。あの周りを歩いて見ると、おばあさんが一人でやっている商店が復活しているのです。「人が歩くということは、ああいう効果だな」と私は実感したのだけれども、参考に研究してください。商業空間でも、こういうことができるということは、やはりまわりに人が住んでいるということ、人が来てくれることだと思います。

車を敵視するのではなくて、車を呼ぶのだけれども、車で大規模郊外店に乗りつけて、ぱっと買って、ぱっと帰るといった、ああいう形ではなくて、もうちょっと違う、できることなら、かっこいいレストランなんかがあり、もうちょっと満足させる空間を作る。これは非常に難しいことなんです。なにしろ土地の交換しなくてはいけない。その交換分合なんていうのはおそらくは当事者だけでできる問題ではないと思うから、これは行政の出番だと思うのです。あるいは「まちづくり公社」を作って、そこがやるべきことかもしれません。

もう一つは、商業的な空間を商業者自らに全部開発させるといったって無理な話で、いろいろな名目を使って、できるだけ行政が負担してあげる。例えば公民館の駐車場と

いう名目で駐車場を整備してやるとか、やり方はいくらでもあると思います。歯抜けのところをポケットパークとして買収して公園を作ってやる。あるいは当然人が歩くことを期待するわけですから、歩くことに応えられるような修景、ストリートファニチャーというんだけれど、ベンチとか、噴水とか、あるいは木陰とか、そういうものをちゃんと行政が支援してやる。

そのようなことが伴わないと民間だけがお前らの生きざまなんだから勝手にやれっていうわけにはいかないのが現状です。

その辺で関わってくるのが、基本的な「中心街の再生というのは必要ないですか」ということに関わるんです、必要でなければいいんですけど、必要ならばそのように行政は関わるべきだと思うのです。

8 市街地再開発の決め手

1) 行政の関与

それでだんだん締めくくりになるのですけれど、決め手は何かということなのです。

決め手は再々でてきますけれど、行政の関与なのです。行政の関与というとおとなしすぎるのですけれど、危険負担をするということです。

ボストンのファンリエルフォームという再開発は、ボストンが戦前からの長いじり貧を食い止められた記念碑的な開発です。けれどもあそこで紹介されていないのは、1/3のコストをボストン市が負担しているということなのです。なにか建物がよくて、売上げが高く、パフォーマンスをやってるというかたちの話ばかり紹介されていますが、1/3の危険を市が負担しているのです。

それはなぜかということ再生することがボストンそのものの再生であるという行政の判断があるからです。「ボストンはこういうまちにしましょう」と決めたわけです。そういう危険を行政がちゃんと負担してくれている。これが大切です。

2) デザインの問題

もう一つは、デザインの問題があると思うのです。あるいは公共投資をどのように配分、振り向けていくかということです。

基本的に車を買ったらみんな乗りたいわけでしょう。乗りたいから買ったわけで、車で動きたい欲求が基本的にあるわけです。もう片方でまちは魅力的であってほしいと思っている。これが地方都市では矛盾しているのが現状です。

この矛盾を解きほぐそうとするんだから、この解決にはデザインの出番が多いと思います。また公共投資の出番も多いと思います。

3) それなりの覚悟を持って取り組む

要するにまともにやれば解けるという問題ではなくて、矛盾する問題を解きほぐそうとしているわけです。それなりの覚悟がいるのだと思います。

4) 遊びの要素をどう組み込むか

先ほどの話を聞いている中で、特に胡桃沢さんの街中音楽祭の話と、皆さんからの質問に答える話を聞いて、「遊びの要素が必要だ」という話をされていましたが、私がかがっていると、「遊びの要素」なんていう話じゃなくて「楽しいからやっているんだ、つべこべ言うな」という話だと思ったのだけどうでしょう。

こういうような話が一方であって、これをどこかで引っ張り上げるような器づくりや仕掛けづくりがやっぱり必要なんでして、遊びがとても大事なんだけど遊びだけだとももの形にならないんだろうと思うんです。

一番最初に私は「開拓団の最高顧問をやっています」と言ったのですが、私は開拓団というのは開拓で飯を食おうと思うのではなくて、開拓という遊びをしているわけですし、この遊びというのがこれからの生活の中の潤いにとって一番大事だと思うのです。この遊びの要素を中心市街地の活性化、再生の中にどう組み込むかとお考えになるとわかりやすいかも知れません。

にぎわいとか何とかというものは遊びの要素でしょう。だから街中音楽祭というのは非常にいいんだけど、非常にいいというのが紋付き袴を着た状態ではなくて日常的にできていくと良いと思います。

5) 壮大な計画をつくる

都市計画の巨匠で、アメリカの都市計画をずっとリードしてきたバーンという人がいます。

1900年代初頭にシカゴで万国博覧会が開かれたのですが、シカゴではその頃を前後にしてシティビューティフル運動というのが起こるのです。そのシティビューティフル運動というのがアメリカの都市計画運動の発祥なのです。この運動を支えてきた人の

一人です。

もう亡くなっていますが、バーンが言った言葉の一部ですが「小さな計画を立ててはならない。それらは人の血を騒がせるような魅力を持たず、それ自体もおそらく実現しないだろう。壮大な計画をつくるんだ。気高く理にかなった実績は、ひとたび記録されれば決して絶えることはなく、我々が消え去った後も生き続けるものとなりうる…」

小さな計画を立ててはならないと言うのはまさにその通りで、中心市街地みたいな話は、単に商店街をどうこうする話ではなくて、町をどうしようか、全市をどうするかという話です。

そのときに郊外の大規模店をなかったものにするとか、それをつぶそうというような発想、それは文明の流れに反することです。何しろ支えているのは消費者なんですから。そういうものを含んだ上で、それを含めたまちを全体としてどのようなまちにしていくのか、郊外化されて希薄化された郊外地に、間にぽつぽつと大規模店があり住宅があるわけですから、それに対してまだ比較的密度の高い中心街がどのような意味をそのまちに持っているか、そのまちだけではなくて広域に対してどういう意味を持っているのか、そういう大きな計画の中で初めて小さな計画が立てられるわけです。

しばしばあちらこちらに行って感じるのは、中心市街地の再生っていうのが落ち込んできた商業をどのようにして救うかという話に終始するものだから、何となく不満を感じているし、そんなことを言うなという感じを持っているわけです。

いつの間にか被害者意識を持った話をする店主に対して腹が立っているのです。

6) 住むという視点

山形なんかでもたまたまそういう話になったときに私が勧めているのは、「出ていったあなたがまず住みなさい」ということを言っているんです。それは何人かがわかったと言ってくれました。まず自らの問題であるし、まちの計画としては商店街の問題ではなくて全市の問題となる。こうやって初めて中心市街地の問題がほぐせるわけです。

解きほぐせたとしても日本全体を包み込む流れというのは、地方都市に有利に働いているとは思えないわけです。人口が高齢化して、なおかつ減っていくわけです。

だからなんぼ生き残れるかっていう話なのです。なんぼ生き残れるかっていうときに、新幹線の駅があそこ行ったらあっちへ走り、インターができたからこっちへ走り、というのではないスタンスがあるのではないかと思うわけです。

それは何かというと、住むという視点だと思うのです。幸い今日聞いているとやっぱりスタンスは地元の人とどうやって住むかという話が基調となっているような気がしました。ですからこれはちょっと救われる気がしました。

いずれにしても中心市街地の再生というのは、アメリカでいえば戦争前からいわれてい

るテーマでして、6年前に松本のこの集会で私がお話したときは、やっと日本でもこういうことがいわれるようになりだした時代です。日本でもおそらくこれから長いこと相変わらず解けない問題としていわれるのだろうと思うのです。

7) それぞれの都市による解決を

そういう意味で関係する人々がしっかり頑張ってくれないと解決の策はないと思うし、しかも一般解がない問題ですから、飯田の解決、小諸の解決、佐久の解決、だろうと思うのです。

そういう意味で頑張ってくださいというのが私の最後の言葉です。