

## 地域再生と活性化に向けての発想法 ー創造性とアーバンデザインを活かした創造都市づくりー

New Approach and Trend of Regional Regeneration

田口 敏行  
Toshiyuki TAGUCHI

(平成21年10月7日受理)

### 要旨

地方分権がさげばれ、さまざまな地域で活性化と再生の取り組みが行われている。最近の新しい潮流として、文化芸術やサイエンス、そしてビジネスを融合させた「創造都市」という概念に基づく地域再生の考え方が注目されている。スプロール化を抑制し、コンパクトシティという枠組みの中で、「創造性」を追及する街づくりということができる。本稿では、創造都市づくりに向けての考え方や概念を吟味しながら、具体的な方策について論及した。

### 1. はじめに

地方分権といったスローガンが普及し、実際に政策上も進められてきているわけであるが、地方や地域をいかにして活性化させるのか、どのように再生させていくかが重要な課題となってきた。そこには、地域の衰退や商店街の疲弊の進行が顕在化し、そうした状況を打開してかなくてはならないといった背景がある。また、人口の減少や産業の空洞化といった事態が進み、これまで繁栄していた地方都市といえども、今後成長が期待できない状況があるところも要因の1つである。大都市による一極集中を是正していくためにも地方都市の役割は大きく、その魅力度を高め、住民や担い手が「豊かさ」を追求できる都市づくりが必要とされている。

そうしたなか注目される潮流として、創造性を追及した都市の再生＝「創造都市」というコンセプト（＝モデル）がある。都市に残る究極の機能とは、集積の利益を求めて集まった人、モノ、情報から、新しい産業や文化を生み出すクリエイティブな力であり、こうした機能を高めていくことが大切であるという考え方といえる。これまで地域活性化や地域再生というと、製造業や物づくりを軸とした内容が強かった。例えば、産業クラスターの形成や古くはテクノポリスといったコンセプトによる地域再生が謳われたことがある。どれも意義があるわけであるが、現在では産業構造は、製造業よりサービス業のウエイトが高くなっており、産業の高度化にフィットした都市の再生が必要である。時代の流れのなかで、経済や産業の進化、ライフスタイルの進化、消費者や住民の精神的潤い、などなど、「現代性」を加味した都市づくりへの発想とデザイン、そして実践的取り組みが大切になってきている。

そうした都市は、大型商業施設をセンターに据え、集客と「賑わい」を高めればよいという単純なデザインでは実現されない。まちづくり3法の改正からもわかるように、中心市街地への大型商業施設の参入は規制されており、制度上の都市政策ですでに別のデザインが誘導されている。郊外へ大きく拡大させていくようなデザインではなく、中心市街地を軸にコンパクトなシティとすること、そしてその中で、どのような機能を重視し、どんな活性化が住民や都市の創造性につながるのかを問いかけていかねばならない。すべての地方都市は、そのような方向性で都市づくりを行っていくべきであろう。地域のことは地域の自主性に任せるほうがよいという考え方はある。方向性を規範化し、ルールを引くことは自由裁量の余地を狭める。しかし、現状や制度的な方向性からしても、都市の創造性＝創造都市という概念は、大なり小なり普遍性を持ち合わせてきているといえる。「都市や地域の経済を生み出すエンジンが大規模工場から創造性あふれる企業や個人にシフト」してきており、「創造的な活動をする個人が経済発展にとって主要な要素となり、彼らをひきつける魅力的な都市」をどう形成していくかは、地域の再生と活性化の共通する課題と受け止めてよい<sup>1)</sup>。本稿では、「創造都市」という発想による地域再生・活性化が登場してきた背景を踏まえながら、その発想の特性と意義、具体化に向けての課題などにつき検討していくものである。

## 2. 地域再生や活性化の核となる考え方

### 1) 「都市化」や「都市づくり」の発想

地域再生や活性化を考える上で重要なのは、どんな考え方を核としたらよいかである。これまでも「まちおこし」「まちづくり」「都市計画」などの取り組みは行われてきたし、現実にも行われ続けている。シャッター通りと揶揄され、どうしたら活力がよみがえるのか、といった課題に対する取り組みはさまざまである。地域の特産物を活かした商品開発を起爆剤としての取り組みもあれば、地域に根ざした文化や風習、史跡などを軸とした観光開発などの取り組みもある。要するに、地場のハードあるいはソフトのなかで「ウリ」となる何かを活かして、新しい商品やサービスを生み出し、地元への還元と全国展開を図ろうといったやり方が主である。観光などは1つの商品ではないので、基盤や環境を作り上げることは大変であると思われるし、そうした地域おこしの有効性・有益性を否定するつもりはない。それはそれで成果があり、活性化につながる側面がある。供給主体がイノベーターであり、集客と賑わいにつながれば、住民にもメリットはひろがってくる。

しかし、主体が企業であれ、NPOであれ、行政であれ、活性化の目玉となる商品やサービスの供給＝産み出しに力点が置かれ、都市づくり自体への発想と構想がない。目玉となる「何か」が必要であり、それをどう産み出すかに施策が練られる。企業や住民との連携も生まれれば、行政との協力も生まれる。しかし、地域全体がベンチャー企業のような姿と助け合いになり、都市そのものをデザインするという視点がない。それは言い過ぎとしても、間違いなく都市を創るという発想は後退している。魅力的な商品やサービスがある、あるいはあふれているだけではなく、「都市」自体の魅力、魅力的な都市とはどうあることで、どのように作り上げていくことがよいのか、その根本から検討していかななくてはならない。目玉となる商品やサービスがあり、集客力があるといった「よさ」が都市機能と

してよいのかどうか、また住民にとって本質的なよさといえるのかどうか、ここを吟味しなければならない。

その際に、市場原理や商業ベースとの関わりからも吟味がされるし、制度や政策上の観点からも吟味がされる。時代的な背景も踏まえ、現代の都市政策の考え方を認識する必要がでてくる。地方のことは地方において独自に行えばよいというものではない。経済や産業の発展と進化に伴い、思考の変容、ライフスタイルの変容が起きる。さまざまな問題点も明らかにされてくる。総合的に見ながら、地域再生の本質的認識に近づいていかななくてはならない。では、現代性を踏まえて、地域を取り巻く状況や環境をどう把握したらよいのか。「21世紀は創造性あふれる感性を持ち、先端的なアイデアを生み出す人々が主体となって、知識と情報をベースにした経済社会の時代」とし、「芸術文化がもっている創造性と、先端的な科学技術の創造性という2つの“創造性”の間で相乗効果がはたらく空間や場のあり方を考える必要性がでてきたために、都市政策の中心に文化と創造性が移ってきた」のである。この発想を活かした都市の再生と活性化が、普遍性を持った内容といえるのである<sup>2)</sup>。

また、「地域それぞれが有する独自の文化資源を有効に活用することによって、潜在する創造力を刺激し、それを通じて住民の社会参加、あるいは文化産業の創出を促進しつつ、都市・地域のエネルギーを高める」という戦略性も都市づくりには必要となる<sup>3)</sup>。塩沢・小長谷らは、創造都市の必要性を踏まえたうえでその実現の向けての条件を2つ挙げている。1つは、創造性をかきたてるアート（芸術文化）の重視、そしてもう1つは、アート、サイエンス、ビジネスの間に近い関係がうまれていること、であることを指摘している<sup>4)</sup>。

前者については、都市において創造性を発揮する中心的な人材＝その最大の候補者はいわゆる若者であり、都市創造の担い手である若い世代の創造性をかきたてるには、文化芸術、アートは非常に重要な役割を果たすとしている。また、後者については、文化芸術が重要になってきた背景には、それがビジネスと近づいてきたからであり、商品経済が高度化することによって、より高付加価値な物が求められるようになってきた。より優れたデザイン、より優れた機能がビジネスの運命を決するようになってきている。そのため、これまでビジネスと切り離されてきたサイエンスがビジネスに非常に重要な付加価値をつけ、他社と差別化を図るために重要となってきたとしている。そうした発想は、都市づくりに必要不可欠な要素となっているし、さらに、そうした条件が単にそろっているだけではなく、創造都市には次のようなメカニズムが働いていることも必要であると指摘している。それは、「成功して創造性を発揮できている都市では、都市空間、人材、アート、サイエンス、ビジネスなどの都市を構成する要素の間で、お互いにインタラクティブな関係、相互作用がうまく働いて、お互いを高めあっている」<sup>5)</sup> というメカニズムである。

創造都市を考えるということは、こうした観点からの発想が必要であり、単に新しい商品やサービスを産み出すといった発想ではない。今や、地域の活性化や再生を考えるにあたっては、商業ベースや市場原理の活用と応用にとどまらず、アートやサイエンスを駆使しながらの、創造性を実現する発想が求められているのである。

## 2) 都市論の系譜－現在の創造都市論に至るまでの概観－

ここで、創造都市論の系譜を簡単に振り返っておく。そのなかで、都市の考え方や有用

性を跡付けてみる。それは、地域再生や活性化の探求の変遷といえる。

70年代から振り返ると、日本が第1次石油危機とその後の経済停滞を迎え、人口の大都市圏への流入現象が収まりを見せるなか、「Uターン」や「地方の時代」という言葉が宣伝された時代であった<sup>6)</sup>。「地方都市」や「地域文化」の復興など、すでにこのころにも注目されている。

続く80年代になると、地方都市への関心が高まる一方で、東京一極集中が確実に進行していった。都市への関心は「大都市」や「巨大都市」へと向けられ、人間や自然、歴史と都市との関わりが新たに注目される。都市工学的なアプローチから、社会学的な視点を含んだ、より総合的なアプローチへ転換する萌芽が見えはじめる。また、東京がニューヨークに代表される先進国の巨大都市と比較し得る存在として意識されはじめ、「日米大都市の比較論」などのように、大都市研究においての国際的な比較の視点が明確に打ち出されるようになってきた。

そして80年代後半から90年代にかけては、「世界都市論」とともに民族や文化に基づくローカルな主張が世界を覆った時代へと発展していく。それは「文化首都論」の興隆であり、「世界都市論」「文化首都論」の2題テーマが注目された。「世界都市論」は、東京一極集中がますます顕在化するなかで、東京はもはや一国の首都にとどまらず、パリ、ロンドン、ニューヨークなどと並んで、全世界の経済や生活に影響力を持つ、自他ともに認める世界都市になったことへの自負が強調された。ただし、「世界都市」への捉え方については、次の2点も重視されている。1つは、単に経済的な側面だけでなく、文化的な側面の重視である。文化創造と発信の能力を持ち、その時代の文化・文明を支える拠点であることが世界都市性の条件の1つとして重視される。そしてもう1つは、これまでの先進国の巨大都市を中心とした世界都市論の射程のなかに、高い文化創造力を備えた「小さな世界都市」や、近年成長の著しい上海などに代表される「新しい世界都市」といった概念が登場してきたことである。

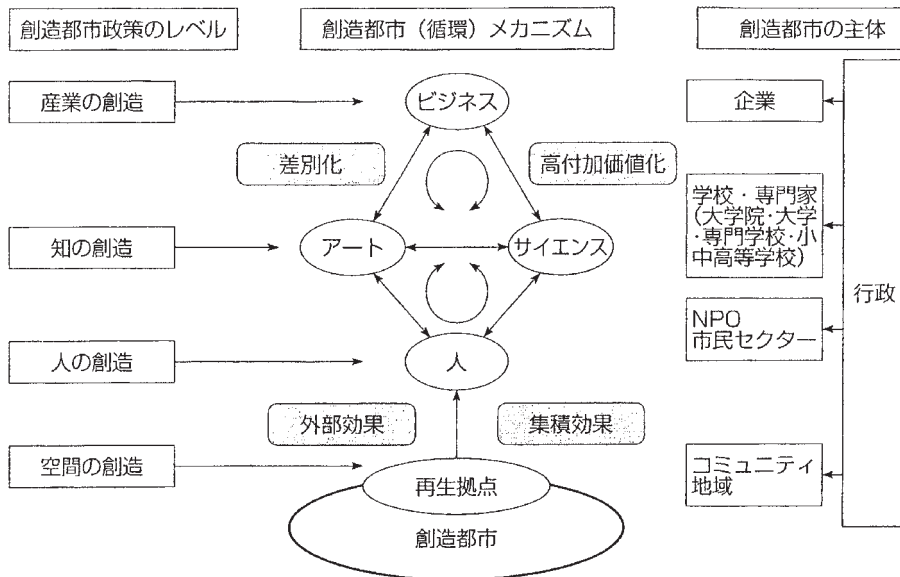
そうした世界都市に関わる変化とともに、「文化首都論」もこの時期に注目されていた。経済的な機能に特化しがちな世界都市論を、文化・文明の観点から組み替える試みでもあり、西洋中心主義やそれに基づく一元的な世界観から開放された新たな都市論の可能性の探求がはじめられていくのである。ここでの「文化」は、人間活動における精神的エネルギーの放出・発散のことであり、文化首都は、こうした「エネルギーの発散装置が集積した場」として位置づけられている。特に「文化的な多様性に富み、成熟していること」が文化度を測る1つの指標となり、「都市は文化の記憶装置である」というテーゼに注目が集まった。それは、激しく流動する人々によって常に異文化接触が行われる中で、それぞれの文化的伝統が解消され、都市が「文化の忘却装置」として機能していることを意味する。この「忘却」機能は、単に忘れることを意味するのではなく、文化融合・創造に向けた起爆剤として作用するものである。文化の記憶と忘却という動的なメカニズムを、都市を創造的に演出するために如何に効果的に活用していくのか、こうした課題が「文化都市政策論」「創造都市論」に引き継がれ中心的なテーマとなっていく。

そして、21世紀に入ると、都市論にも大きな変化が訪れる。「世界都市」から「創造都市」へ、そして「文化首都」から「文化都市政策」へという流れである。佐々木氏の定義によると、「創造都市」とは、「人間の創造活動の自由な発揮に基づいて、文化と産業にお

ける創造性に富み、同時に脱大量生産の革新的で柔軟な都市経済システム」というものである<sup>7)</sup>。そうした都市論が注目される背景には、次の3つがある。1つは、21世紀の都市は、必ずしも大都市が中心的な役割を果たすのではなく、中小の都市が連携・協調を通じて影響力を持つ時代へ発展してきていること、2つ目に、市場原理主義的なグローバリゼーションに対する反省の機運を醸成していったこと、そして3つ目に、産業の空洞化や深刻化する財政難のなかで、従来の開発とは異なった市民の創造力や個性を最大限尊重した地域再生の新たな活路が希求されたこと、以上が「創造都市」という新しい潮流を促した背景である<sup>8)</sup>。また「文化都市政策」という点では、地方の中小都市の多様な潜在力を視野に入れながら、地域に独自の文化的資源の発見（再発見）と有効活用を通じて、住民の社会参加や文化産業の振興、さらには地域アイデンティティの形成を推進しつつ、地域の活力を高めていく各種の取り組みが重視される。

こうした都市論の変遷をたどってくると、21世紀の都市像は「創造性」を追及する創造都市に軸がおかれてきている。「都市に最後に求められる究極の機能とは、集積の利益を求めてあつまった高密度な人、モノ、情報から、新しい産業や文化を生み出すクリエイティブな力ではないか？ こうした機能を高めていくことが大切だ」という考え方であり、「都市衰退が経済力の問題であること、一部の希少なエリート的機能ではなく、より一般的な都市本来の力に注目していること、などの点からみて、クリエイティブシティ（創造都市）戦略は、すべての都市が、今後何らかの形で考えなければならない重要性・普遍性をもっている重要な概念」といえる<sup>9)</sup>。図表－1にそのイメージを掲げておく。

図表－1 創造都市のイメージ



（出所）塩沢由典・小長谷一之らは『創造都市への戦略』晃洋書房、2007年、p30.



### 3)「コンパクトシティ」ならびに「アーバンデザイン」という発想と内容

では、実際にそうした都市をいかにして創りあげるかが現実的な問題となる。その1つの手がかりに「コンパクトシティ」ならびに「アーバンデザイン」という発想がある。都市の創造は、地域ごとに独自の発想があり、独自の基盤に基づいた独自のやり方がある。しかし、まずは、都市づくりに共通し、普遍的な課題である「創造都市」や「文化都市政策」という発想を重視する必要がある。それに加えて、コンセプトを徐々に具体化していくことが肝心となる。都市創造にしても文化都市政策にしても、最上位のコンセプトと言え、もう少し具体化に向けて参照できる下位概念＝コンセプトが必要となる。そこに「コンパクトシティ」と「アーバンデザイン」が位置づけられる。次のこの2つのコンセプトの内容と発想について整理する。

コンパクトシティとは、主にヨーロッパで発生した都市設計の動きであり、またその背景にある思想・コンセプトを指す。簡単に言えば、自動車交通に依存した都市スプロールを抑制し、地球環境問題にも対応した持続可能な都市デザインをいう<sup>10)</sup>。日本の場合、その登場は次のような背景があった<sup>11)</sup>。日本の都市は、高度成長期を経て拡大を続け、政策的にも郊外の住宅地開発という発想で進められてきたが、1990年代より中心市街地の空洞化現象が各地で顕著に見られるようになった。特に鉄道網の不十分な地方都市においては、自動車中心社会（車社会）に転換し、巨大ショッピングセンターが造られ、幹線道路沿線には全国チェーンを中心としたロードサイド型店舗、ファミリーレストラン、ファーストフード店などの飲食店が出店し、競争を繰り広げるようになる。商業施設のみならず公共施設や大病院も広い敷地を求めて郊外に移転する傾向が高まった。一方、旧来からの市街地は街路の整備が不十分で車社会への対応が十分でない場合が多く、昔から身近な存在であった商店街は、道路が狭く渋滞し、駐車場が不足して活気がなく魅力ある店舗がないなどの理由で敬遠されて衰退していった。際限のない郊外化、市街の希薄化は、道路、上下水道などの公共投資の効率を悪化させ、膨大な維持コストが発生するなど財政負担も大きいという問題も起きた。

こうした課題に対して、都市郊外化・スプロール化を抑制し、市街地のスケールを小さく保ち、歩いてゆける範囲を生活圏と捉え、コミュニティの再生や住みやすいまちづくりを目指そうとするのがコンパクトシティの発想である<sup>12)</sup>。国土交通省も、コンパクトシティを目指すべく政策転換を進めている。1998年制定のまちづくり3法（都市計画法、大規模小売店舗立地法、中心市街地活性化法）が十分に機能しておらず、中心市街地の衰退に歯止めがかかっていないとの問題認識から、見直しが行われ、そのうち都市計画法、中心市街地活性化法が改正されている（2006年6月、2006年8月施行）。この改正は、ある意味ではコンパクトシティの制度設計であり、創造都市づくりに向けての大前提となっていると考えてよい。

コンパクトシティという発想は、欧州、米国、日本ともに世界的な潮流であり、自動車によるスプロール化への対応ということでは共通している。「環境容量が枯渇しスプロール型の開発を容認できる時代ではない」という認識といえる。創造都市の追求に向けては重要となるコンセプトである。すでに日本の各地域で多くの取り組みが見られる。ただし、コンパクトシティ論は、都市の成長力を限られた範囲の都市域にいかに押さえ込むかの空間論の研究で、成長力の担い手に対する都市産業論的な関心は薄いとも言われる<sup>13)</sup>。また、

コンパクトシティは、「スプロールの抑止と活気あるセンターの形成を目指しているが、一方で郊外の再編成については、ほとんど対象外となっている」<sup>14)</sup>との指摘もあり、課題はある。ここでコンパクトシティそのものを検討することはしないが、さまざまな課題を内包しながらも、創造都市を追求するにはかなり核となるコンセプトといえる。郊外への外延的な広がりを抑えながら、中心部に成長力の担い手を形成していくという発想が重要であり、創造都市づくりをより具体化させてくれるコンセプトである。

そして、創造都市づくりにおいて、もう1つ重要なコンセプトに「アーバンデザイン」がある。都市を具体化するにあたりコンパクトにするということは分かった。その内容はすでに見たとおりである。ただ、それだけではやはり不十分で、「既成市街地をコンパクトに構成するのは、プランニングシステムによる規制、誘導である。さらに具体的な空間の姿とするためには、アーバン（都市）デザインが必要となる」のである。プランニングシステムによる規制、誘導とは、行政による制度設計が大前提となるが、それはすでに「まちづくり3法」改正により、コンパクトシティという方向性が誘導されたと見ていい。残りは、具体的な空間の姿を形成するためのデザイン（＝アーバンデザイン）はどのような内容であり、どう発想したらよいかである。

このアーバンデザインに関しては、我が国では極めて遅れているとの指摘がある<sup>15)</sup>。モデルとしては欧州が先進的なモデルとして参照されるものと思われる。そのまま日本へ移植するのがよいかどうか検討が必要であるが、欧州のアーバンデザインの考え方やそこへ込めようとする内容を確認しておく。

先のコンパクトシティにもいえることであるが、アーバンデザインも都市環境問題への対処策として位置づけられている。都市レベルでの都市利用と交通を結びつけ、自動車利用を削減すること、市街地スプロールを克服すること、などを前提に都市をどうデザインするかに関わる。制度的な規制や誘導もデザインと関わりを持つが、そうしたプロセスはプランニングとし、デザインは別物という扱いがなされている。イギリスの例であるが、すでに2000年に政府によりアーバンデザインの具体的な方向性が『By Design（計画システムにおけるアーバンデザイン）』で示されている<sup>16)</sup>。そこでの狙いは、①個性のある場所、②通りの連続性と閉じられた場所、③公共空間の質、④移動の自由さ、⑤わかりやすさ、⑥変化への対応性、⑦多様性、という7つが掲げられている。多様性ということについて、次のような内容を具体的に込めようとしている<sup>17)</sup>。

- ・用途が多様であれば、同じ場所で、住み、働き、遊ぶことができる。
- ・複数用途の1つの建物、用途の異なる建物が並んだ通り、まとまりのある用途が近接している近隣地域といった異なる空間スケールでも用途の複合を配慮すべきで、うまくいくとお互いの用途が代替性を持ち、バランスのとれたコミュニティが形成できる。
- ・複合用途はいろいろな時間帯に、いろいろな人が、同じ空間を使うために、活気のある場所（place）をもたらす。ただし用途複合も正しくやらないといけない。
- ・配置、建築形態、所有形態の多様性は優れた（successful）居住と就業を生み出すことができる。社会的交流、社会住宅供給にもよいデザインは重要である。大きな敷地を細かくするとそれぞれの場所に直接アクセスすることができる。違った建築家を用いると違ったアプローチのデザインが適用できる。間口の狭い建物は多様なニーズに対応できる小規模ショッピングの商業活動を活発にできる。

あくまでもイギリスの事例であり、これが最良のデザインとなるわけではもちろんないが、利用施設や建物は複合的に活用し、そうした場所は単にショッピングのためだけであるとか、居住地だけとかいった単発的な機能を持たせるのではなく、多様性のある空間つくりにしたほうがよい、といったイメージが沸く。これだけで創造都市がデザインされるわけではないが、アーバンデザインというコンセプトを設定することで、創造都市の実態がかなりイメージ化されるであろう。

非常に理念形となるが、都市計画の理念として引用されるJ・ジェイコブスは、都市の本質を有機的な複雑さにあり、人々の日常生活と関連していること、多様性と人間スケールの空間で繰り広げられる密度の濃い生活が重要であること、などを主張している<sup>18)</sup>。そのジェイコブスは、イギリスを例に次のようなシティを批判している。コンパクト化させたシティの中心に商業センターを配置するとする。それはクローン・タウンセンター（どこでもそっくり）であり、賑わっているタウンセンターでも、そこに立地している企業、商業施設は全国チェーンで特徴がない。画一的な店舗展開と立地流動性を批判しているのである。すでに中心市街地の活性化に向けては、まちづくり3法の改正により、大型施設を中心に配置することは制度的に規制がかけられているが、クローン・センターを軸とした賑わいだけでは、創造性と都市の本質は達成されないということである。商業ベースの都市づくりは本質的ではないということになる。

ここで商業主義の是非を検討する余裕はないが、大型商業店舗の登場は、確かにモノをあふれさせることができる。消費意欲は掻き立てられる。たとえ全体としては企画化されているとしても、利便性や流行、商品数やサービスの種類など、地元の商店街に比べれば比較にならない量と質を有している。市場原理の強みと言うこともできよう。生活や生活空間は、市場と向き合って成り立つものであることからすると、規模ということでは検討が必要であるが、創造都市の構成要素としてもいいかもしれない。しかし、生活や生活空間も市場に飲み込まれてしまうと、そこには消費意欲とそこから生まれる刺激や商品とサービスの多様性が中心となってしまう。市場オンリー、ビジネスオンリーの空間つくりになる可能性がある。

履き違えてはいけないのは、都市づくりは市場形成そのものではなく、生活とその空間のデザインであり、消費と需要を拡大的に再生産するものではない。創造性を生産（再生産）する機能を持たせる必要がある。先のイギリスの事例から、「住み」「働き」「遊ぶ」ことが同時にできる空間が創造都市につながるとしていた。そう発想するには、アーバンデザインというコンセプトの仲介があるからである。利便性に傾きがちな都市のデザインもアーバンデザインというコンセプトに留意することで、方向を見失わないで済む。アーバンデザインというコンセプトを軸に「ランダムな暗黙知」を「整理された暗黙知」へ、そして「整理された形式知」へ発展させる必要がある。

アーバンデザインを意識することで、創造都市づくりに向けたイメージと方向性は沸いてくるであろう。ここにアーバンデザインというコンセプトを設定する意味がある。発想のステップということだけでなく、発想内容に関してもアーバンデザインは意味のある内容を引き寄せてくれる。

日本の場合、このアーバンデザインが弱い点が先に指摘された。まちづくり3法の改正によりコンパクトシティを目指す方向は見えてきた。しかし、「持続可能な都市空間モデ



ルとしてのコンパクトシティが、具体的な空間として形成され、都市地域が再生されるためには、アーバンデザインの質が高まらなければならない。もちろん人材形成が欠かせないが、これからの経済、社会、環境のどれをとっても、アーバンデザインの手法、技術をどのように開発するかは、多くの実践と成功事例を積み重ねるしかない」というのが日本の現状となっている<sup>19)</sup>。創造都市づくりに向けては、強化していかなくはコンセプトであり考え方である。

### 3. アーバンデザインと創造性の追求に向けての戦略的発想

#### 1) アート、サイエンス、ビジネスの融合

アーバンデザインに関しては、日本ではまだ遅れているとはいえ、都市づくりに必要とされる考え方は、創造性、コンパクトシティ、アーバンデザインである。上位概念から下位概念いたるまでを総合する形で、実際に都市づくりが展開されていく。アーバンデザインにおいて、どんな要素を重視するかは地域の特性によって替わってくるが、「多様性」という意味や「住み」「働き」「遊ぶ」といった空間づくり、そんなイメージと内容は重視しなければならない。

では、そうしたコンセプトを念頭に置きながら、具体的にどんな創造都市が構想できるのか。そしてそのづくり方はどんな工夫と留意が必要となるのであろうか。

コンパクトシティの拠点づくりをどうするかが一番オーソドックスな考え方であろう。都市機能には「集積の利益」というものがあり、「そこに集まった高密度な人、モノ、情報から新しい産業や文化を生み出すクリエイティブな力」という考え方があった。拠点とは、集積の利益となる「街区」をつくるということである。そこに創造的な人材が集まり、創造的なアイディアが交換され、新しい芸術やビジネスが起こっていくメカニズムが働くようにしなければならない。先にも見たが、創造性の発揮の現代的な担い手として、アート（文化芸術）とサイエンスが重要な要素となっている。特に若い世代の想像性を掻き立てる文化芸術、アートは重要な役割を果たし、サイエンスもアートとならんで好奇心をかきたてる重要なファクターとなる。2つの条件が創造都市の核となるのである。そして、ビジネスにより付加価値が高められてくる。アート、サイエンス、ビジネスの間に近い関係を生み出すことが必要であり、創造都市の拠点＝「街区」はそうにして形成される。

芸術家やサイエンティスト、そしてビジネスマンを集めればよいというものではないが、そうした人が集まる「街区」をどう作るかが最初の課題である。創造的な街区を形成し、その創造的な雰囲気が新たな創造的な人材を引き寄せ、そこに集積の利益が発生していく。コンパクト化の範囲を具体的数値で絞り込んだ上で、エリア内の小地区を選んで、都市再生の拠点とするといった発想となる。例えば、地域特有の風景を活かしての街区づくり、歴史的建造物を活かしての街区づくり、芸術や映像の発表の場を形成させての街区づくり、といったように芸術文化、サイエンス、ビジネスを意識した街区で、地域をブロック化してみるイメージとなろう。

## 2) 創造都市の拠点＝「街区」の形成とモデル

### －クリエイティブシティ横浜の「創造界限」－

街区の形成という点で非常に理想的な成功モデルといえるが、横浜のクリエイティブシティの取り組み（クリエイティブシティ・横浜）がある。歴史的に見ても、また近代都市という点からしても魅力的なエリアであり、単に大型商業拠点という都市ではない。資源には恵まれているケースといえるが、都市づくりの発想やステップ、市民とのかかわり、事業推進体制など、方法論が参考になる。そこでは6つの拠点づくりと3つの創造界限が実践されている<sup>20)</sup>。

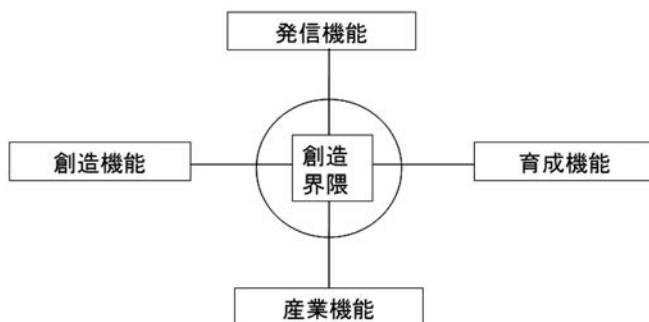
6つの拠点地区とは、ナショナルアートパーク構想であり、都心臨海部の6拠点（「山下・中華街・元町」、「大さん橋・日本大通り」、「新港・馬車道」、「みなとみらい21クイーン軸」、「みなとみらい21キング軸」、「横浜ポートサイド」）を中心に、歴史的建造物や港の風景などの資源を活かしながら、文化芸術に代表される創造的な活動の積極的な誘導により、国際的な観光交流拠点の形成や独創的な産業の集積を進めている。そして、3つの創造界限とは、アーティスト・クリエイターが創作・発表・滞在する活動界限づくりであり、「馬車道」「日本大通り」「桜木町・野毛」の3つのエリアを中心に、歴史的建造物、倉庫、空きオフィスなどの地域資源を転用しながら、アーティスト・クリエイターが創作・発表・滞在する創造界限を形成させようとしている。

ナショナルアートパーク構想では、「文化芸術は、市民生活を充実させるばかりでなく、都市の活性化（観光、集客、新産業）そして横浜市の国際的な競争力にとっても大きな効果をもたらすものであり、今後の横浜市の重要な政策です。『文化芸術』の分野にもっとも顕著に表れる人間の『創造力』が、身の周りにある不安や困難そして資源や環境、平和や共存などグローバルな課題に立ち向かう力となります」と冒頭に謳われている。そして創造力につき、「横浜の新しい都市づくりは、市民の生活の質を高めること、また横浜の価値を高めることであると考えます。それを実現する『創造力』は、横浜そして日本の新しい時代を切り開いていく力になる」と発想している。そのうえで、『『創造力』がもたらしてくれる果実は、見失われてきた人間性や人と人との信頼関係の回復にあり、その力を有効に活用し、市民が都市文化を再興し世界に誇れる横浜を再構築するための目標や方針を示したものです。創造都市構想は、創造的な人材が横浜に集まることで、新たな芸術や活動が生まれ、映像や映画、音楽、演劇、デザインを始めとするコンテンツ産業の集積へとつながり、さらにITやメディア、出版やライフスタイル産業などの産業が集積することを期待しています<sup>21)</sup>、と特長つけられている。

特に創造界限は、以下のような4つの機能が相互に関連しながら集積効果を生み出すもので、街区のモデルとして参考になる（図表－2）。

- ① 多様な機能がまとまったエリアに密度濃く集積するため、活動に便利であり、有能な人材が集まる。
- ② 質の高い活動が集約するという地区イメージが高まり、更なる人材、企業、店舗等が集積する。
- ③ 交流の機会から、新たなビジネスが生まれる。
- ④ ワークショップや共同制作を通じて、市民とアーティストの交流が図られ、市民の創造的活動が促進される。

図表－２ クリエイティブシティー・横浜の創造界限

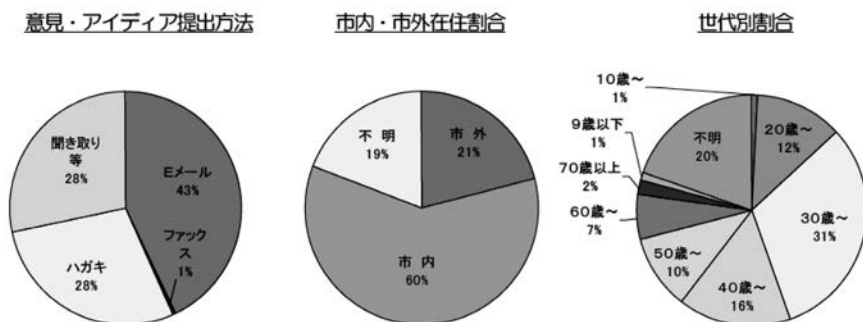


（出所）ナショナルアートパーク構想推進委員会『ナショナルアートパーク構想 提言書』2006年、p10を参照して筆者作成。

横浜という「ビッグ」な都市を対象としており、地方都市のサンプルとするには理想的過ぎる感はあるが、創造性やコンパクトシティ、そしてアーバンデザインといったコンセプトを具体化したイメージとしみれば、非常に現実的な実像が見えたといえる。創造都市づくりの最初のステップとしての「街区」づくりとは、以上のようなイメージがモデルとなる。そうしたイメージに基づき、構想を具体化していくことが街区づくりとなる。そこで今度は重要となるのが、推進体制と組織である。各種のコンセプトを現実の世界へ展開していくには、推進のための組織体制がしっかりしていなくてはならない。また住民の声をどのようにして吸い上げるかという問題もある。

このプロセスを横浜ではどのように進めたのか、そしてどんな結果が集計されたのか。非常に興味深いところであり、「街区」を形成するための手続きとして重視される内容といえる<sup>22)</sup>。横浜の構想の中間とりまとめを参照すると、意見・アイディア募集は1ヶ月間設けて、区役所・文化施設等でのリーフレット配布、ホームページへの掲載、港湾関係業界等へのリーフレット配布、区役所等での聞き取り、などにより住民の意見を吸収している。実施結果は、意見総数が530件（リーフレット配布5,000部）で、意見を提出した人の6割が市内在住、世代別では30代が3割を占めていた。

図表－３ 住民の声を吸い上げノウハウや結果（横浜の事例）

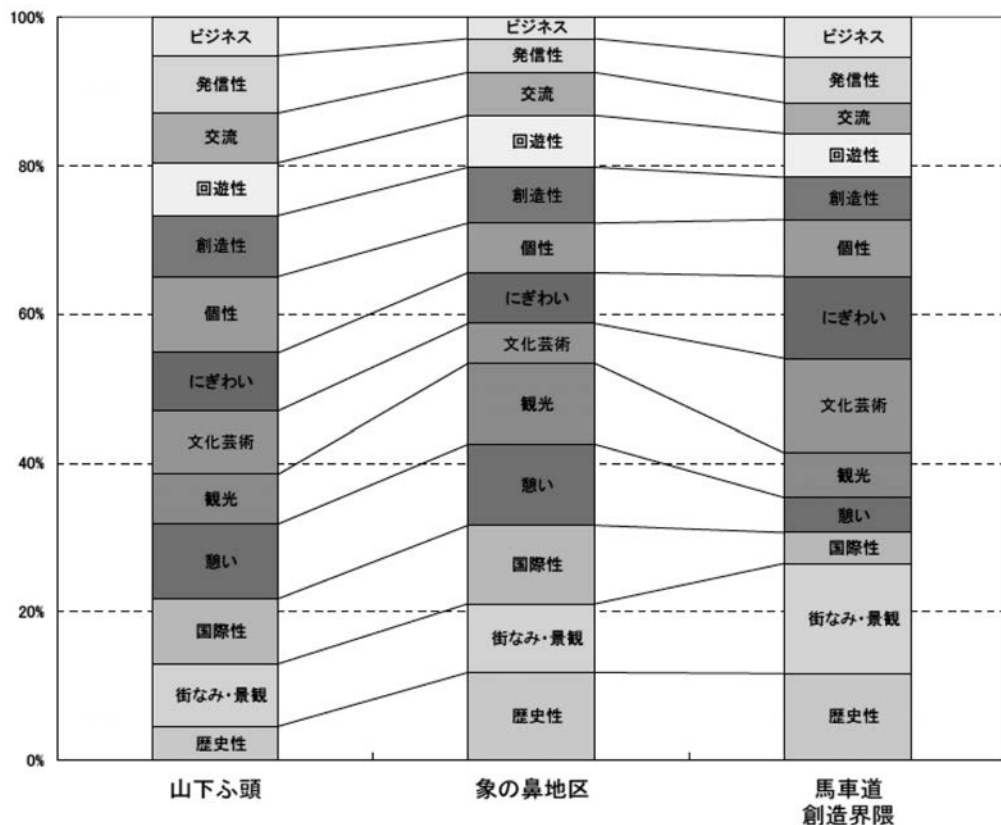


（出所）ナショナルアートパーク構想推進委員会『ナショナルアートパーク構想 提言書』、前掲、p31.

全体に関わる意見としては、「歴史や港、倉庫などの文化、景観など、地域の個性を生かしたまちづくりを進めて欲しい」、「重点地区間や周辺地区などとの歩行者ネットワークの形成や水辺空間を利用した回遊性をはじめ、水上交通や路面電車など様々な交通手段による回遊性を充実して欲しい」、「市民、アーティストなど、様々な人が集い、地域が活性化する、文化芸術や観光の拠点にして欲しい」といった意見があった。街区形成においては、こうした住民の意見をいかに吸い上げるかというプロセスと結果の集計、そしてそうした意見の反映ノウハウは非常に大切となる。上記のような情報収集プロセスとノウハウは参考になる。

横浜の優れた集計ノウハウの1つに、図表－4のように、代表的なエリアを「歴史性」「街並み・景観」「国際性」「憩い」「観光」「文化芸術」「にぎわい」「個性」「創造性」「回遊性」「交流」「発信性」「ビジネス」という13の視点で定量化し、比較検討しているノウハウがある。「街区」を形成する上でこうした結果のまとめ方は、そのエリアの特性やバランスを見る上で非常に大切なデータであり、横浜の情報のまとめ方は非常に優れているといえる。

図表－4 13の指標による集計結果のデータ化とノウハウ



(出所) ナショナルアートパーク構想推進委員会、前掲、p31.

#### 4. まとめにかえて

本稿では、創造都市の拠点づくりに関わるコンセプトの内容や意義、そして街区の形成のプロセスや事例を踏まえ、地域の再生や活性化の潮流を考察してきた。事例では横浜の事例のみに終わり、今後多くの事例を検証・検討していく必要がある。ちなみに、文化庁は平成19年度に文化庁長官表彰（文化芸術創造都市部門）を創設し、文化芸術の力により市民参加で地域の活性化に取り組み、特に顕著な成果をあげている市区町村を表彰している。平成19年度は、横浜市（神奈川県）、金沢市（石川県）、近江八幡市（滋賀県）、沖縄市（沖縄県）が受賞し、20年度は、萩市（山口県）、札幌市（北海道）、豊島区（東京都）、篠山市（兵庫県）が受賞している。それぞれの取組と特質、実行に移していくプロセスや進め方など、今後検証していく必要がある。

また、筆者の今後の課題であるが、地元静岡の創造都市づくりに関して考えてみたい。東部、中部、西部、伊豆地域など、対称はいくつもあり、すべてが都市創造となるとは限らない。農村部もあれば中山間地区もある。ただ、中部に限定した場合、静岡駅近辺や清水につながるエリアなど、歴史性、景観性、ビジネス性、など必要な多くの要素を持ち合わせているエリアであるように思われる。アート、サイエンス、ビジネスとの関係性と特徴ある街区の形成について、今後考えていきたい。

#### 注)

- 1) 佐々木 雅幸「知識情報経済の時代－文化的魅力などカギ－」『都市 再生と創造性』大阪市立大学 都市研究プラザ2007年、p1.
- 2) 「創造都市」の定義としては、佐々木氏は、「創造都市とは市民の創造活動の自由な発揮に基づいて、文化と産業における創造性に富み、同時に、脱大量生産の革新的で柔軟な都市経済システムを備え、グローバルな環境問題や、あるいはローカルな地域社会の課題に対して、創造的問題解決を行えるような『創造の場』に富んだ都市である」と定義され、金沢市や横浜市。大阪市などの都市政策に影響を及ぼしている。佐々木雅幸「創造都市論の系譜と日本における展開」佐々木雅幸＋総合研究開発機構『創造都市への展望－都市の文化政策とまちづくり－』学芸出版社、2007年、p42.
- 3) 中牧弘允「文化都市論と政策研究をめぐって」中牧弘允＋佐々木雅幸＋総合研究開発機構『価値を創る都市へ』NTT出版、2008年、p4.
- 4) 塩沢由典・小長谷一之編著『創造都市への戦略』晃洋書房、2007年、pp23～24.
- 5) 同上、p29.
- 6) 中牧・佐々木・総合研究開発機構編『価値を創る都市へ－文化戦略と創造都市－』NTT出版、2008年、pp16～21を参照している。以下、断りのない限り、同書に追っている。
- 7) 同上、p20ならびに佐々木雅幸『都市創造への挑戦－産業と文化の息づく街へ』岩波書店、2001年、p40.
- 8) 塩沢由典・小長谷一之らは『創造都市への戦略』晃洋書房、2007年において、創造都市がなぜ21世紀の政策課題となるかについて、次の2点を挙げて説明している。1つは、



人口の減少という変化である。これまでも人口減少地域＝過疎ということはあったが、それは大都市を離れた農山村のことであり、都市部は一貫して人口流入先として繁栄を謳歌してきた。しかし、2005年には日本の人口がピークアウトし、都市部を含めて人口が減少することになる。高齢化も伴い全国スケールでは「地方から都市へ」。都市圏内では「郊外から都心へ」と集中が進む。そうした現象により都市政策のパラダイム転換が求められる。もう1つは、産業の空洞化である。都市を成立させていた基盤経済力がなくなりつつあり、新産業を興し既存産業も高度化を図らないと都市経済を維持できないという危惧に直面している。これは構造的な大問題であるとしている。同書、pp17～18を参照されたい。

- 9) 同上、p21. なお、同書では、21世の都市像として「サスティナブルシティ（持続可能都市）」、「ワールドシティー（世界都市）」、「クリエイティブシティ（創造都市）」の3つを挙げながら、クリエイティブシティの重要性を強調している。
- 10) 佐々木＋総合研究開発機構編、前掲書、p58.
- 11) 同上、pp61～66ならびにフリー百科事典『ウィキペディア（Wikipedia）』インターネット検索（{コンパクトシティ}）による。
- 12) 自治体がコンパクトシティを進めるのには、地方税増収の意図もある。例えば、地価の高い中心部に新築マンションなどが増えれば固定資産税の増収が見込まれ、また、都市計画区域内の人口が増えれば都市計画税の増収も見込まれる。すなわち、同じ自治体内の郊外から中心部に市民が住み替えるだけで地方税の増収に繋がることになり、経済停滞や人口減少が予想される自治体にとってコンパクトシティ化は有効な財源確保策と見られている。フリー百科事典『ウィキペディア（Wikipedia）』インターネット検索（{コンパクトシティ} 参照）。
- 13) 大阪市立大学 都市研究プラザ『都市 再生と創造性』2007年（「7. 政策の構造転換」(矢作 弘)、p7.
- 14) 佐々木＋総合研究開発機構、前掲書、p64.
- 15) 同上、p66.
- 16) (同上、p67.)
- 17) 同上、p68.
- 18) 同上、p58.
- 19) 同上、p81.
- 20) 塩沢・小長谷、前掲書、pp182～189ならびにナショナルアートパーク構想推進委員会『ナショナルアートパーク構想 提言書』2006年を参照している。
- 21) ナショナルアートパーク構想推進委員会、同上、「はじめに」より。
- 22) 同上、pp31～32を参照している。