

補助金に依存しない自立的・継続的な
公民連携まちづくり活動の更なる展開を図るため
の基礎的調査

報 告 書

《別冊 資料》

平成 27 年 1 月

国土交通省 都市局

補助金に依存しない自立的・継続的な公民連携まちづくり活動の
更なる展開を図るための基礎的調査 報告書 別冊資料

<目 次>

1. 連続座談会の記録

1.1 第1回座談会	1-1-1
1.2 第2回座談会	1-2-1
1.3 第3回座談会	1-3-1

2. シンポジウムの記録

2.1 第一部（基調講演、ショートプレゼンテーション、鼎談）	2-1-1
2.2 第二部（パネルディスカッション）	2-2-1

1 連続座談会の記録

第1回座談会

西村 皆さんこんにちは。平日の昼間に、こんなにお集まりいただけたらと思っていなかったもので、びっくりしました。今日は連続座談会の1回目ということで、非常にプレッシャーを感じながらここに座っておりますが、今日は私とこちらのお2人の3人で進めたいと思います。¹

少し紹介しますと、松井さんは今、三菱地所の顧問でいらっしゃいますが、元国交省の都市局にいらっしゃいまして、当時はまさにコンパクトなまちづくりを推進されておりました。今日は、「ストック活用時代のリノベーションまちづくり」というタイトルが付いていますので、日本の都市の未来を考えるうえで、ぜひ大きな視点からお話をいただきながら、今、話によると三菱地所さんは日本最大の家守と言われているので、そういう立場からも少しお話をいただければと思っています。

お隣にいらっしゃいます清水さんは、最近リノベーションスクールなどで一緒させていただいております。リノベーションまちづくりのトップランナーといえますか、まさにここに事務所があります。このリノベーションもしながら、まちづくりを考える。あるいは公民連携で、事業としてまちづくりを推進することをやられている方です。

私自身は建築家という肩書きが付いておりますが、最近は地方都市の再生のプロジェクトが非常に多くて、最終的にものづくりする仕事ですが、全体として、特に地方都市の未来を考えたうえでどういうものづくりをすればいいか、どういう戦略を立てればいいのかを仕事としています。

この3人が組み合わさると、小さなリノベーションと言われるイメージ的に小さいものから、日本の都市の未来をつなげられるかなということ、この3人でやろうかという話になったわけです。

実際、これから3人でディスカッションするわけですが、正直言うとつながらないと思います。(笑)

つながらないところを僕は楽しみにしております、つながらないところを浮き彫りにして、そこをどうやってつなげていこうかという議論が今日少しでもできればと思っておりますの



で、ぜひ皆さんもその点に注目しながら、お話を聞いていただければと思います。

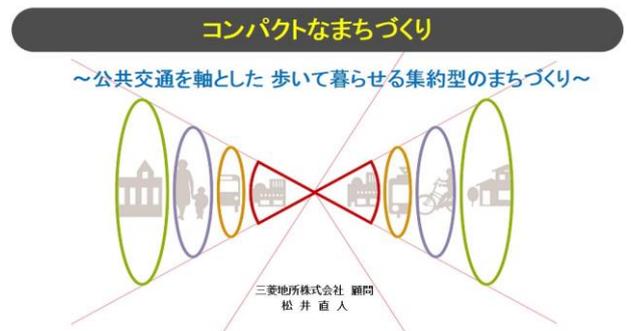
ストック活用、リノベーションまちづくりというタイトルになっておりますが、頭に「ストック活用時代」という言葉が付いています。このように、「時代」と付くときは、おそらく時代の変わり目に来ていることを皆さん認識していることだと思います。今までスクラップ&ビルドで都市をつくってきた状況の中で、ストック活用という言葉が出てきた。

日本は、現実に空き家の総数が820万戸、空き家率が13.5%ある中で、今後そのストックをどうしていくかが大きな課題になっており、清水さんがリノベーションをやっているわけです。一方で、先ほど申し上げたようにコンパクトなまちづくりにそれをどう活用していくかも考えなければいけないという意味で、1回目の入り口としていいテーマかなと思いつつ、今日は楽しみにして来ました。

早速ですが、ここからそれぞれ10分くらいプレゼンテーションをしていただいて、お話をいただければと思います。まずは松井さんからお願いできますでしょうか。

松井 それでは、10分間ということですが、コンパクトなまちづくりのお話をします、軽い気持ちで聞いていただければと思います。

平成26年9月3日



公共交通を軸とした、歩いて暮らせる集約型のまちづくりが、これからのわが国を救っていく大きな力になるだろうと思っております。まず、よく出てくる人口のお話ですね。よく、これ

¹下線部は、(公)都市計画協会発行「新都市」平成26年9月号、10月号に収録。

から高齢化になってわが国の人口が減ると言われています。世界は逆でありまして、人口は年に7000万人増えています。2050年には、地球全体の人口は90億人になります。

将来の人口減少と本格的な少子超高齢社会の到来

■ 2060年には人口は約8000万人まで減少、
15歳未満と65歳以上の人口の割合が約50%に上昇



そういう時代に、わが国は世界の人口爆発と逆行して人口が増えないということで、これはもしかしたら非常にいい状況ではないかなと思っています。人口が減ることは、決して悪いことではないと思います。ただ、ここに少し問題があるとすれば、人口の構成ですね。赤い線で描いているところがありますが、これは65歳以上の人と15歳未満の人の割合を示しています。この割合が今までずっと下がってきたのですが、だんだん増えていくということです。これは言うてみると、自動車を使えない非常にコミュニティに寄った世代の人たちの割合が増えていくことであり、課題として大きいことではないかと思ひます。

今後30年間の人口動態

全国……日本全体の人口は、今後30年間で約2割程度の人口減少が見込まれる
老年人口の伸び率は鈍化する一方で15歳～65歳人口は3割程度減少

地方都市……今後30年間で2割から3割強の人口減少が見込まれる
老年人口の伸び率は鈍化する一方で、15歳～65歳人口は3割から4割強減少すると見込まれる

大都市……高齢者数の著しい増加が大きな課題
今後30年間で三大都市圏の中心部(既成市街地等)で250万人増、近郊区(近郊整備地帯等)で340万人増

今後30年間の人口動態を見ますと、全国の人口全体では、今後30年間で2割くらい減るということです。老年人口の伸び率は少しずつ鈍化するのですが、15歳から65歳の生産年齢人口が3割程度減る。これが全体的な構成になります。

地方都市と大都市では少し状況が違うのですが、地方都市は今後30年間で人口は減るのですが、特に15歳から65歳の働く世代の人たちが3割から4割強減ってしまう。ですから、このところが地方都市では大きく、一番コアになる人たち、働き手の人口がグッと減ってしまう。

大都市は、逆に高齢者の数が結構多く増えていくということで、例えば今後30年間で三大都市圏の中心部は250万人くらい

の高齢者の人たちが増える。近郊区が340万人くらい増える。このような人口の構成になります。これはもう皆様方も分かっている話ですが、こういう時代に、われわれの作ってきた都市は、この人口構成にうまくフィットしているだろうかということ。これがいろいろな問題があるということで、何とかしなければいけないと考えられているのが、コンパクトシティ政策です。

コンパクトシティの位置づけ

◆経済財政運営と改革の基本方針(平成26年6月24日閣議決定)

第2章 経済再生の進展と中長期の発展に向けた重点課題 3.魅力ある地域づくり
コンパクトシティ、スマートシティ等の形成に向けて、民間の資金やノウハウを活かし、都市機能の集約を含めた都市再生や地域公共交通の再構築、中心市街地の活性化を推進するとともに、子育てしやすく高齢者の暮らしやすい住宅「まちづくり」…を推進する。
第3章 経済再生と財政健全化の好循環 2. 主な歳出分野における重点化・効率化の考え方
…コンパクトシティ等による集約・活性化、インフラの維持管理・更新を効果的、効率的に実施する。地方は誘導方策や都市計画の見直しを含めた集約・活性化の取り組みを進める。 <青本の方針>

◆日本再興戦略(平成26年6月24日閣議決定)～未来への挑戦～

5. 立地競争力の更なる強化 5-1. 都市の競争力の強化
…都市再生特別措置法および地域公共交通活性化再生法の改正、…中心市街地活性化法の改正…連携させ、コンパクトシティ・プラス・ネットワークの形成を推進
6. 地域の活性化・地域構造改革の実現/中堅企業・中小企業・小規模事業者の革新
…都市機能の集約や地方中枢都市等の形成を図り、行政サービスの集約と経済活動の活性化を実現… <成長戦略>

◆社会保障制度改革国民会議(平成25年8月6日)

3. 社会保障制度改革の方向性 (6) 地域づくりとしての医療・介護・福祉・子育て
…住み慣れた地域で人生の最後まで、自分らしい暮らしを続ける…コンパクトシティ化を図るなど住まいや移動等のハード面の整備やサービスの有機的な連携といったソフト面の整備を含めた、人口減少社会における新しいまちづくりの問題として、医療・介護のサービス提供体制を…

コンパクトシティという言葉は日本全国に蔓延していると思ひますが、これは骨太の方針という経済財政運営と改革の基本方針として、26年6月に閣議決定されたものです。この中の「魅力ある地域づくり」というところに、コンパクトシティ、スマートシティ等の形成に向けて、コンパクトシティが大きく位置づけられています。

その次に、「日本再興戦略」。これは成長戦略ということで、安倍晋三内閣の大きな政策の一つです。この中にもコンパクトシティ、コンパクトシティプラス、ネットワークの形成を推進ということで位置づけられていますし、昨年の夏に、これはどちらかというと国土交通省のまちづくりのほうではなく、社会保障制度改革国民会議というのがありまして、その中でもコンパクトシティの推進を掲げています。こういう状況で、コンパクトシティの方向というのは政府全体として位置づけられています。

しかし、コンパクトシティというのが、実は大きな誤解と言ひますか、それぞれの首長さんの心にはストーンと落ちない。コンパクトシティがいいのは分かっているけど、具体的にどう取り組んだらいいのか、アプローチに逡巡しているのが実態ではないでしょうか。

コンパクトシティ

◆公共交通機関や自転車、徒歩を移動手段の中心とした集約型のまちづくり

◆環境面やエネルギー面など多くの都市が抱える問題を解決し、持続可能な都市経営を可能とする有力な都市形態

◆人々の交流機会が増大する都市形態

コンパクトシティというのは、公共交通機関、自転車、徒歩を移動手段の中心とした集約型のまちづくりで、移動手段がどういうものかというのが大きく定義にかかわります。環境面やエネルギー面など、多くの都市が抱える問題を解決して、持続可能な都市経営を可能とする、有力で唯一の都市形態というふうに世界的には評価されています。そしてコンパクトシティは、人々の交流機会を極大化する都市形態であるともいえます。

都市とは何か？

「都市は、多様性が自然発生的に起こる場所であり、あらゆる種類の企業や、アイデアの孵化装置である」

ジェイン・ジェイコブズ
「アメリカ大都市の死と生」(1961)

「何か」が起きるためには、人と人が触れ合わなくてはなりません」

エドワード・グレイザー（ハーバード大学教授）
「都市は人類最高の発明である」(2012)

日本には都市という定義はどこにも存在しません。法律にも都市計画法にも、都市というのは何ですかという定義はないのです。しかし世界中で都市について非常に深く考察した人の言葉が沢山あります。これはジェイン・ジェイコブズというジャーナリストが50年前に出した『アメリカ大都市の死と生』という本の中の言葉ですが、「都市は多様性が自然発生的に起こる場所。あらゆる種類の企業やアイデアの孵化装置である」と言っています。この中では、コンパクトシティがいいとか複合用途がいい、歩行者が中心のまちがいいなど、既に50年前に言われておりました。

最近ですと、エドワード・グレイザーという人が、『都市は人類最高の発明である』という本を出しました。この中でも、「『何か』が起きるためには、人と人が触れあわなくてはなりません」と言っています。都市の魅力を高めるためには人と人との生のふれあいが重要です。さまざまな人が集まる。そしてぶつかり合う。それによってイノベーションが起きる。これが都市のエネルギーで活力となります。徒歩や公共交通などを使うことで、人は偶然に出会い、交流が起こります。車交通では

人が偶然に出会って、そこで何かが起こることはありません。

こういうものが都市に存在することが必要で、それこそが都市であるというのが、先人たちの言っている都市の大きな定義の一つではないかと思います。

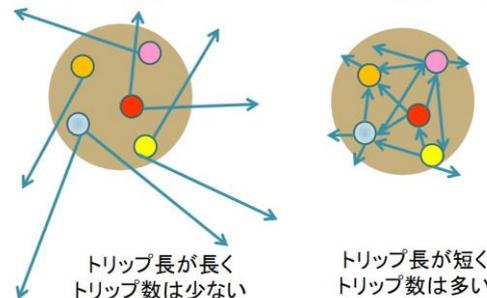
都市の魅力

多様な人々が集まっていること、そしてその人々がぶつかりあうことで化学反応を起こし、イノベーションが常におこり、変化していること。これこそが、都市のエネルギーであり、魅力である。

人が偶然に出会い、化学反応を起こすためには、密度やしかけ（空間・チャンス）が必要

「ぶつかり」を多くする

トリップ長をミニマムに トリップ数をマックスに



コンパクトシティはぶつかりを多くします。左側は、拡散した都市ではトリップ長が長くて人々が容易にぶつからない形態にありますが、右はトリップ数をマックスにということで、トリップ長が短くぶつかりの回数が多くなる。こういうものがコンパクトシティの形態です。こういうことで、先ほど申しましたようにさまざまな交流が生まれ、そこで化学反応が起き、さまざまな知恵が生まれ、それが都市のエネルギーとなって、大きく都市を発展させるということです。

◇多くの自治体が直面している都市経営の問題

- ・財政危機
- ・産業（特に地場産業）の衰退
- ・人口（特に生産年齢人口）の減少
- ・医療・介護費・生活保護費の増大
- ・インフラの維持更新費の増大
- ・中心市街地の業務・商業の衰退
- ・住宅地の空き地、空き家の増加
- ・遊休ストックの増大（建物、公園、田畑、森林）
- ・雇用の喪失
- ・コミュニティの崩壊
- ・災害危険性の増大
- ・民間（市民・企業）の自立心の欠如
- ・社会変化への対応力（マネジメント）の欠落 他

そろそろ10分くらいになったと思いますが、最後に、人がい

るところに人が集まるということで、健康の話がよく言われます。人は1万歩以上歩くと健康にいいということで、これからの健康志向を考えると、先ほど申しましたように都市のいろいろな課題の中で、特に高齢者が多くなる。そうすると、相対的に医療費の負荷が多くなる。医療費の負荷が多くなるのは非常に大きな問題だと思いますので、これをどうやって解決するかというと、医療費がかからない人たちの割合を多くする。それにはたくさんの人たちが1日に1万歩以上歩くことが非常に効果的だという研究結果が出ております。



1日1万歩以上歩くと健康にいい！
 歩行者に優しい街は一人当たりGDPが相対的に高い！
 歩いて楽しい歩きたくなる街がすき！
 一定以上の人口密度が活力の源泉！
 街の中に人々が交流する場所が必要！
 晴れた日はスタバじゃなくて外がいい！
 人々の交流機会が増えるのは楽しい！
 人の集まるところに人は来る。人は人が好き！
 人が出会うと化学反応して何か生まれる！

コンパクトシティ ……
 歩行者に優しい 歩いて暮らせる街
 多くの人々が交流する楽しい街
 即ち都市を人間中心の街にすること。

ただ単に1万歩以上歩けばいいと、「皆さん、1万歩以上歩いてください」と言ってもなかなか難しいのですが、都市の形態によって、自然と人々が1万歩以上歩くまちが、実は最もレベルの高いまちではないか。コンパクトシティ政策のある一面は、人々を健康にするいきいきとしたまち、健康で持続可能な安全なまち。こういうものがコンパクトシティ政策で、いわば人間中心のまちにすることが、コンパクトシティの政策の根幹です。

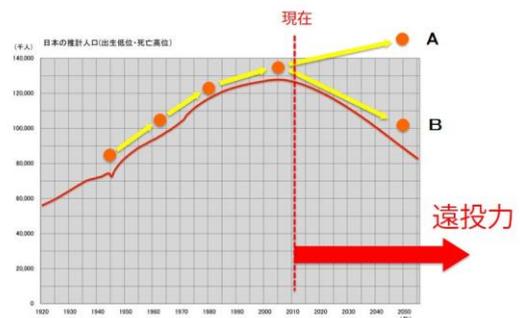
いろいろありますが、歩行者に優しいまちは一人あたりのGDPが高いという報告もありますし、人々が交流することが都市の最も重要な機能だということがあります。こういうことを考えてこれから都市を再構成していくことは、重要なことではないかと思えます。

スライドはまだありますが、時間があるのでコンパクトにまとめました。以上です。(拍手)

西村 ありがとうございます。まだスライドがたくさんあるのは存じていますので、あとの議論のときに必要であればお出しただければと思います。

2014.09.04
 HIROSHI NISHIMURA < WORKVISIONS

続いて私からお話をしたいと思います。先ほどのコンパクトシティという話ですが、どこの地方都市に行っても必ず出ます。今お話を聞いたように、おそらく実現できれば素晴らしい社会だろうとみんな想像できるのですが、実際にコンパクトシティを実現したまちがなかなか生まれにくいところが、現在の矛盾を抱える日本の状況ではないかと思っています。

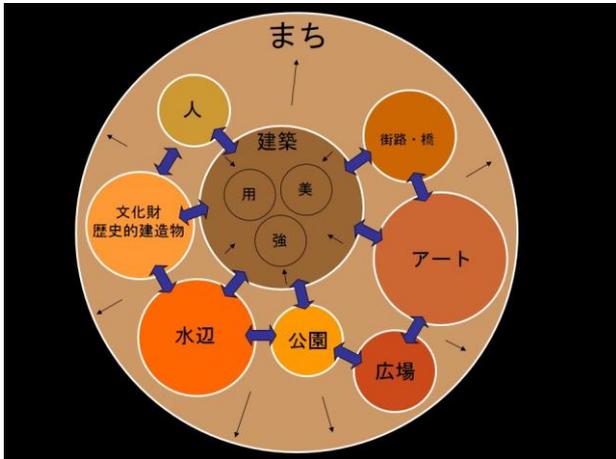
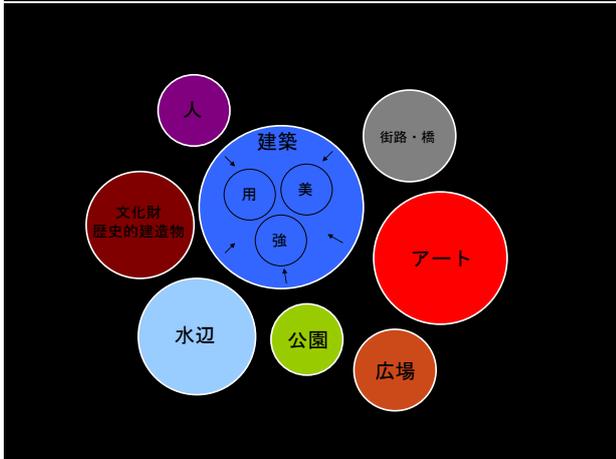
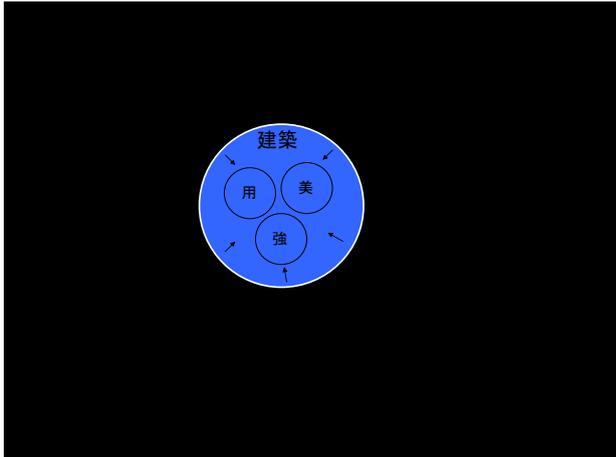


また人口の話ですが、日本の人口は 2005-2006 年をピークに右肩下がりになっています。終戦後、日本の都市はどんどん右肩上がりに人口が増えて、高度成長期を迎えて都市を拡大していった時代がありました。ひたすらスピードと量を要求された時代で、あらゆるジャンルが縦割り、建築の担当、道路の担当という役割分担をして大都市を作ってきたと思います。

ところが、先ほど松井さんの話にもあったように、右肩下がりの時代になる中で、二つの生き方があるわけです。今までと同じような発想でものづくりをしたり日ごろの生活をしたりしていくのが A というパターンです。そうではなくて、明らかに生産年齢人口も減って、車社会ばかりでは成り立たないことは見えているわけですから、全く違うものづくりの仕方や暮らし方をしていくのが B です。もう皆さんお分りのとおり、おそらくこれからは B という発想でものづくりをしたり、日ごろの生活をしたりしていかなければいけないだろうと思っています。

後ほどお話ししますが、昨日たまたま東京のある再開発の案件の話をしていて、東京はAなのかBなのかという不安な状況が起っています。

われわれは都市にかかわる仕事をしている中で、持続可能で長続きしなければいけない。長続きするアイデアでなければ、あつという間に駄目になるというわけですね。お金の無駄遣いになってしまうわけですから。よく内藤廣さんが使われる言葉に「遠投力」という言葉があります。どれだけ遠くにボールを投げられるか。遠くまでボールを投げる力を持ったアイデアを作れることが、これからの大きな課題になると思っています。



今お話しした話で、例えば建築だったら、建築の人は用・強・美といったテーマで、大学で教育を受けて、社会に出て、建築分野で仕事をしてきたわけです。しかしパッと周りを見ると、

横に道路があつたりアートがあつたり水辺があつたりして、それぞれバラバラにものづくりがされていて、グシャッと集まった風景がある。それが今の日本の都市の風景です。

右肩下りの時代になってきたときに、これらを効率的に有効に機能させながら、連携を取りながら、投資効率を上げながらまちを再生していかなければいけないと思います。そう考えると、あらゆるジャンルの人たちが1度自分の住んでいるところ、あるいは自分がプロジェクトをやっているまち、あるいは都市を俯瞰したうえで、そこから自分のジャンルに戻って活動をしていかなければいけないと思います。そうすると、建築をやっている人が隣に道路を造っていたり、アートをやっていたりする人がいることに気が付くわけです。

その人たちと、つながるための双方向の矢印を増やしていく必要がある。僕はこれを隙間産業と呼んでいるのですが、これからはおそらく隙間産業を担う人材が必要になってくるだろうと思っています。この矢印が増えれば増えるほど、おそらく都市の効率は上がるし、先ほどお話しされたコンパクトシティの方向にも向かいやすくなっていくのではないかと思います。

全てが都市のリノベーション

連携するための戦略と体制づくり

こう考えると、リノベーションという今日のキーワードが出てきます。古いものを活用して、ストックを活用してということに限定されるのですが、いろいろなジャンルがすべて都市にかかわるという視点で見ると、すべてが都市のリノベーションにかかわっていて、新築であろうと、都市という視点ではすべてリノベーションだと思います。それが本当にそのまちに必要なものかどうか、必要な作られ方をしているかどうかを議論することが、今後の一番のテーマかなと思っています。

発明

このスライドはよく出すのですが、ここには実は発明が必要です。20世紀型のものの作られ方や暮らし方を皆さんずっとしてきました。僕も含めてしてきました。その経験の中から、右肩下がりの時代の新しい暮らし方の発明をしない限りは、おそらくまちづくりというのはうまくいかないと思います。今までやってきた前例に沿ってやっているうちは、おそらくすべてが失敗して、ましてや遠投力なんか持てないわけで、何か発明的なまちづくりを、覚悟を持ってやっていく必要があると思っています。

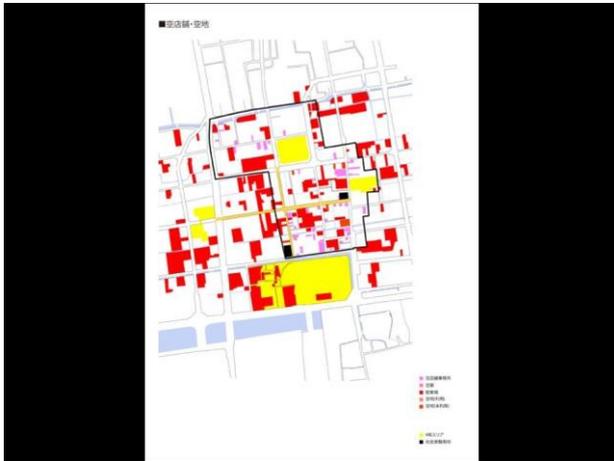


僕はいろいろな地方都市に行くのですが、地方都市はもうこんな感じです。皆さんご存じのとおりですね。これは下から、

徳島、岩見沢、郡山、私のふるさとの佐賀です。だんだんコレクションが増えていまして、大分県の佐伯市の中心市街地はこんな感じです。北九州の黒崎も同じです。宮崎県の日南も、まちなかに人がいません。暗いのか明るいのかよく分からない。建物がなくなって明るいですね。ある意味明るい商店街。本当に分からないです。

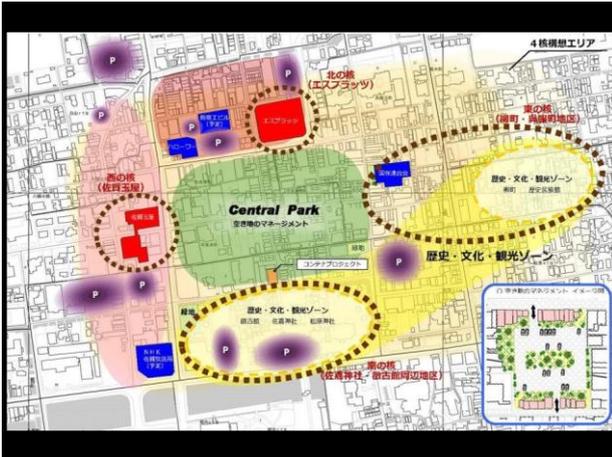
このまちで何を言われているかという、再開発をされると言われています。これは20世紀型的手法です。こんなに床が余っていて、ストックが空き家だらけなのに、再開発をしてさらに床を増やすというのはどういうことでしょうか。しかし、実際にはいまだに地方都市では再開発が行われようとしているわけです。ここで東京の話をする、東京はいいのかという話が疑問として起こってくるわけですね。

佐賀



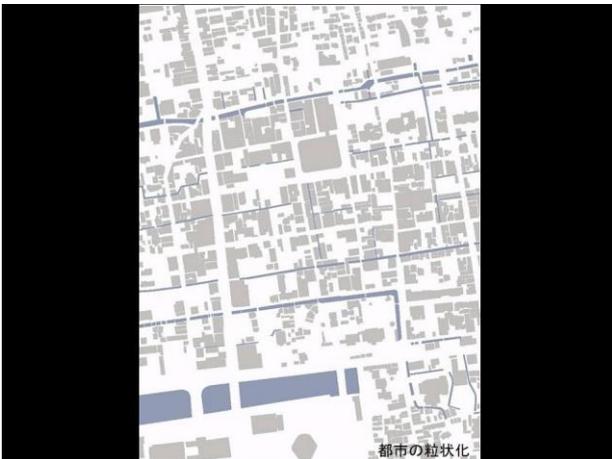
私のふるさと佐賀にずっとかかわってまちづくりをしているのですが、佐賀の状況はどんな状況かまちなかをリサーチすると、ここは僕が子どものころに迷子になった商店街ですが、赤いところは全部青空駐車場です。どんどん空き店舗が増えてテナントが入らないので、古い建物を維持するのが大変になって、壊して、それでも収益を上げるために青空駐車場の経営をするというのがどんどん増殖していくのが地方都市の様子です。この商店街は破産しました。

これは同じ商店街ですが、破産してアーケードを取った風景です。まちがなくなったと言っても過言ではないくらいの感じ。子どものころに僕が迷子になったほど賑わっていた商店街ですらこんな感じに衰退していくわけですね。駐車場だけです。まちの中の駐車場だらけの状況を何とか変えていかないと、どんなにまちづくりを一生懸命にやってもテナントを入れても、殺伐とした風景のまま、全く魅力が上がっていかないわけです。



「空き」の価値を考える

今提案しているのは、空き地のマネジメントをしましようということ。昔は空き地を寄せて集めながら、そこを再開発して床を増やしていたのですが、もう空き地は空き地として認めましよう。空き地の場所と空き地のあり方をコントロールすることで、まち再生のきっかけにしていこうということをやっています。それが、セントラルパークのような原っぱにしていましようというアイデアです。駐車場を原っぱにしなが、なんとなく緑あふれるまちなかにしていくと、雰囲気が変わっていくかなと。空き地の価値を考えるというのがテーマになっています。

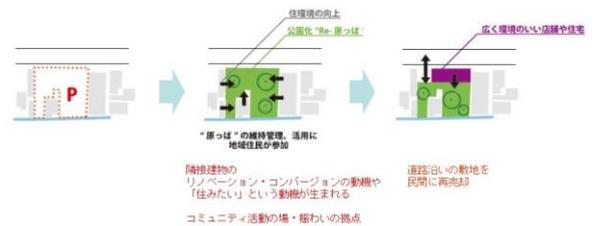


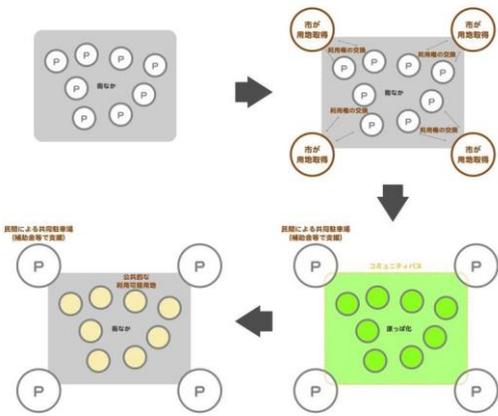
都市のバックヤード化



空き地の「原っぱ」化による賑わい再生

これは佐賀のまちなかで建物だけをプロットした絵です。中心地だったら、本当は建物が密集しているはずですが、どこが真ん中だか分からない状況ですね。このように青空駐車場が増え、虫食いになりつつあるのが現状です。イメージとしては、民間の駐車場ではありますが、ここだけを原っぱに戻していましようというのが大きなテーマです。





こんなイメージでずっとやっているのですが、社会実験をやったわけです。「空き地が増えると街が賑わう!? 佐賀『わいわい!!コンテナプロジェクト』』というのをやりまして、空き地、遊休地を借地して、芝生とデッキとコンテナを使って、ここの中にどういうコンテンツがあれば、飲み屋街になって駐車場になりつつあるまちなかに、昼間人が来るかという実験をやりました。





中には、300種類の雑誌と絵本とマンガだけを置いた無料で使える空間を置いたのですが、学校が終わると子どもたちが来たり、年配の方が来たり、若い女性が来たりおじいさんが来たりということが起こるわけです。この人たちがまちの中で時間を過ごして、お腹が空くとご飯を食べて帰ったり、喉が渴いてジュースを買って帰ったりする消費行動につながっているというのが佐賀の状況ですね。芝生も自分たちで張るわけですね。



大分都心南北軸プロジェクト

僕は大分の都心南北軸プロジェクトにもかかわっています。駅が高架になるため、この南側の100メートル幅の道路のような公園と駅前広場、目の前の中心市街地の商店街の真ん中を通る中央通りの整備にかかわっているのですが、実はこのプロジェクトのきっかけを作ったのが松井さんで、当時は大分市の助役でした。そのあとプロポーザルで受けて僕が仕事をしていま

す。



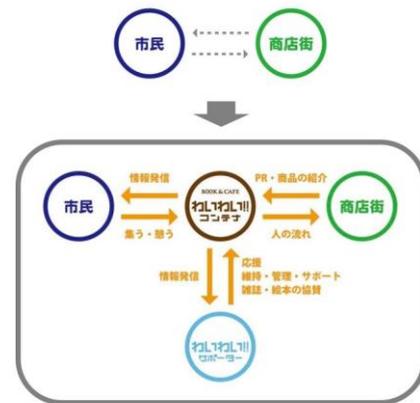
たまたまそうなったのですが、この芝生の広場みたいなとこ

ろも、実は市民を集めて芝生を張りました。集まった人数が、なんと 2600 人です。こうして 2600 人全員で張ったのですが、広大な広場を 30 分で張り終わりました。子どもたちは大喜びで、記念撮影して帰って、自分たちで木も植えたので、この子どもたちは絶対に「自分のふるさとのこの木はおれが植えた」と言う子どもたちになるわけです。このように子どもたちの時代から自分の土地に対する愛着を根付かせながら、まちづくりをしていくきっかけを、プロジェクトを通じながらやっています。そうしてこんな原っぱができたわけですね。



こんなことをしながら、まちの中に人や子どもたちが集まる状況が佐賀でも生まれるようになりました。時間もないので一つだけお話ししたいのですが、佐賀の社会実験の目的は、社会実験なのに 1 年間限定でした。ただ、1 年間限定で止まらずに、

市民から「残してほしい」という意見が出ていますから、ずっと延長になってもう 4 年くらいやっています。



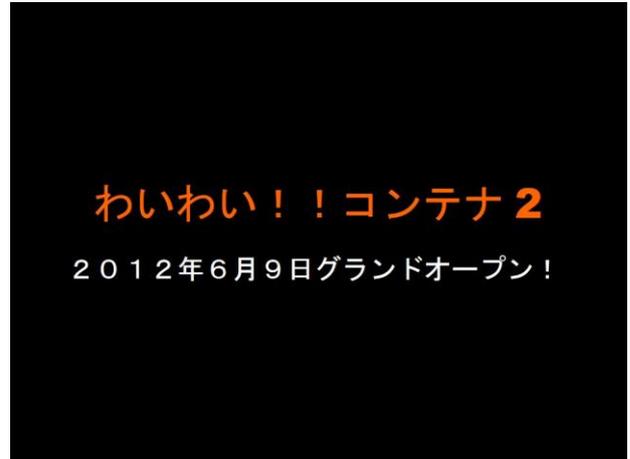
何をしたかという、今までまちの中の商店街と市民の関係というのは、商店街に行ってくださいよと一生懸命に言っていたのですが、市民は「商店街に行っても何もないから」と言うわけです。商店街の人は市民を呼び込むために、一生懸命にイベントをやっているわけですね。たくさんの補助金をもらってイベントをやって、人がたくさん来たと言って喜んでいるのですが、月曜日にはグッタリ疲れているということを繰り返して、でもまちは全くよくなることをやっていたわけです。

それでは駄目でしょうということで、この社会実験で、わいわい!! コンテナという場所を作りました。ここは原っぱですから、何のルールもありません。自由に使っていていい。市民は自由に集まって、情報をもったり、時間を過ごすわけです。時間を過ごせば、お腹がすいて商店街に流れる。商店街の人は、ここで自由に PR していいわけですから、商売に来たり PR したりして、市民と商店街がこのわいわい!! コンテナを通じてつながっていくということが起こっているわけです。

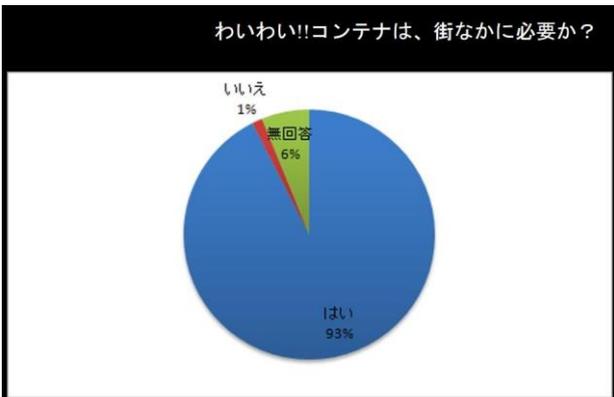




わいわい!!コンテナ2 もやりました。ここでも芝生を張って原っぱをつくりましたが、子どもたちが学校から帰ると集まってくるようになりました。これは最近の夏休みです。あとでまたお見せします。



マチの基礎体力をつける



時間がなくてそろそろ終わりますが、持続的にまちづくりをやっていくためには基礎体力を付けることが大事です。わい



一つだけ最後にお話したいのは、こうやって自由があると、みんないろいろなことをやります。わいわい!! コンテナができてから何が起こったかというと、横にラーメン屋ができました。人が集まるので商売ができる環境が整ってきました。ラーメン屋ができて、横にサガン鳥栖のスポーツバーができて、さらにシェアハウスをオープンしたりしながら、集中的にそのエリアだけ人が集まる状況を作って、商売も成り立つような状況をどんどん作っているわけです。



● 民間による展開



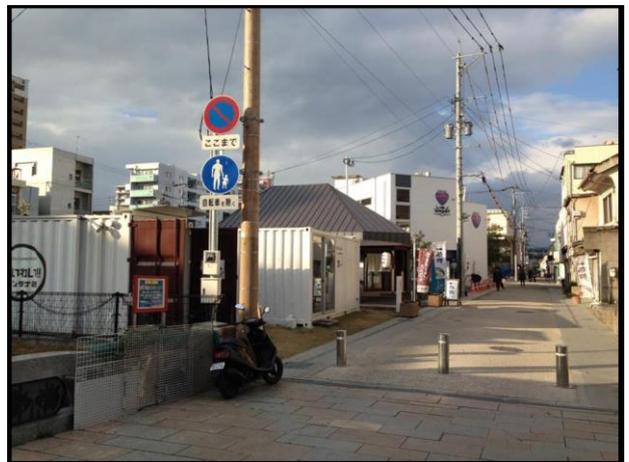
The Sagan
平成25年12月オープン



開運さが恵比須ステーション
(1F)と学生向けシェアハウス
(2F)
平成26年2月オープン



COTOCO215
平成26年4月オープン予定



この商店街が今はどうなったかという、少しずつ人が戻ってまちが再生するということが起きている状況にあると思っています。

少し延びましたが、ここで僕の話は1回終わりたいと思います。ありがとうございます。(拍手)

清水 続きまして清水が10分間スピーチをさせていただきます。私がお話しするのは、リノベーションまちづくりをいろいろな場所で、みんなで一緒に楽しみながらやってきた具体的な実践のお話です。その中から、プレイスメイキングと関係があるところだけピックアップして、今日はお話をしたいと思います。

プレイスメイキング連続座談会

ストック活用時代のリノベーションまちづくり

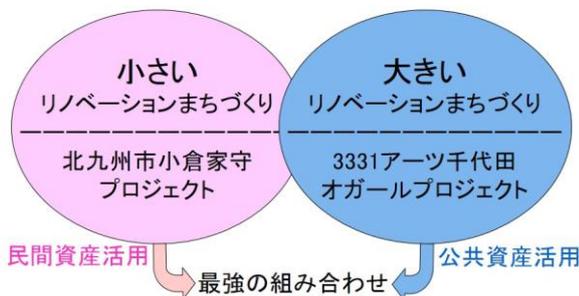
2014年9月3日

3331 Arts Chiyoda にて


AFTERNOON SOCIETY
清水義次
shimizu@as-tokyo.com

リノベーションまちづくり

リノベーションとは、今あるものを活かして新しい使い方をすること



リノベーションまちづくりには、大きく分けて二つあると思っています。一つは民間の不動産を活用した、小さいリノベーション。これはまちなかに空いている建物が山のようにありますから、志を持つ不動産オーナーの方と一緒にそのまちを変えていく方向性を議論しながら、それに沿ってただ変えていくだけです。一番の利点は、今日思い立ったら明日からそのままリノベーションができるという、スピード感のあるまちづくりができることではないかと思っています。

もう一つは、大きいリノベーションまちづくりです。これは、公共が持っている資産を活用して、リノベーションまちづくりをやったらどんなことができるだろうかというものです。先ほどの西村先生のお話にもありましたが、実は佐賀や大分で公共が持っている土地が、まちなかはものすごく比率が高いです。25%から、東京のこのあたりで言うと30%くらいは道路が占めていますから、それだけでも公共はすごく大きい地主であるといえます。丸の内地区の三菱地所並みの大地主が各自治体であると僕は言っています。だから、早く地所のやり方をまねると言っているのですが、なかなか理解されないのが現実です。

この小さいリノベーションまちづくりと大きいリノベーションまちづくりを組み合わせることができると、確実にそのエリアを変えていくパワーになりうるのではないかというのが、最近やっているうちに分かってきたことです。

今日はその中で3つほどの事例をお話しします。一つは北九州小倉でやっているリノベーションまちづくり。2010年7月く

らいから、小倉家守構想という都市政策を議論すると同時に、その都市政策を実行する民間のプロジェクトを仕込んでいくことを同時並行でやったものです。このあたりが一番のミソですが、その結果、2011年6月にリーディングプロジェクトが一つオープンして、以来、3年で14プロジェクト、都市型産業集積を、空いている不動産を活用して作っています。そして、300名を超える新規起業者を中心にした従業者がまちなかに起こってきています。

北九州市小倉魚町周辺エリアの民間不動産をリノベーション

- 2010年7月 小倉家守構想(都市政策)づくりから開始
- 2011年6月 リーディングプロジェクトオープン
- 民間自立型まちづくり会社が5つ誕生



- 現在までに14プロジェクトがオープン
- 300名超の従業者(大半が新規起業者)増加
- 魚町3丁目の歩行者通行量3年で3割増加

15年間空き店舗だったスペースをリノベーション

メルカート三番街 個性豊かな10店舗が2011.6.1オープン



これでもう一つおもしろいのは、併せて魚町3丁目という小倉のど真ん中の中心市街地活性化の政策を5年間やったのですが、通行量は一向に増加しなかったところが、このリノベーションまちづくりの政策に切り替えて、具体的に民間主導で行うようになってから、通行量が3割回復しているという、驚くべき結果が出ております。本当におもしろいものだなと思います。これが、15年間空き店舗だったスペースをリノベーションした、メルカート三番街というもので、2011年6月1日オープンの、10店舗のインキュベーション施設です。コツはどういうところにあるかということ、商業地の再生を、商業を中心に考えない。これが一番のポイントです。

ゲームセンターだった1Fスペースをリノベーション ヴィッコロ三番街として 2014.6.15オープン



これは今年6月15日にオープンしました、ビックロ三番街というもので、ここで12事業者、プラスあと50人くらいが入っているのでしょうか。というプロジェクトが路面でできました。これは民間の建物です。1フロアが約150坪あるのですが、特徴は、民間の建物の中にインナーストリートを切ったことです。あみだくじのはしごをかけるみたいにして、民間のプロジェクトの中にストリートを切ることが、この建物の再生上は採算が最もよくなります。ファサード面積を最大化することが、家賃の上昇につながるんです。

これから、今日の議論の中で一つ議論したいと思っていることがあります。それはお金の話です。みんないいことをやりたいという気持ちはあるのですが、金のお話をしないんですね。僕はそれが大嫌いで、お金の結びついた話としてプレイスメイキングをやっていたほうがいいのではないかと非常に強く思っています。それは民間の不動産に対しても公共財についても同じではないかという考え方をしています。

インナーストリートを切ったことによって奥の場所までスペースが貸し出せるようになりまして、かなり高い賃料で、通行量回復というベースがあるからこんなことができるのですが、それにしてもこんなことが起きています。

魚町サンロード アーケード撤去後のイメージ



市道を公園にして車を気にせずまちを散歩する

今度は公共側の道、裏通りのあみだの片側です。サンロード魚町という汚いアーケード街で、もうボロボロのためアーケードを撤去するのですが、それに併せて北九州市の市道を公園化するプロジェクトが始まります。民間はインナーストリート

自分の不動産の中に作り、公共は今まで車の道として使っていたところを歩行路化して、実際には使いやすいように公園ではなく広場化するといったほうが正解ですが、そんなことを公共側がやる。これでエリアがよくなるわけではない。これが大きいリノベーションです。こういう公共財を活用する大きいリノベーションと、民間財を活用する小さいリノベーションが密接にくっつくところがポイントではないかと思えます。

3331アーツ千代田

廃校となった千代田区立旧練成中学校を活用し、アートセンターに
民間自立経営の文化施設 秋葉原近くに2010年6月オープン

“都市公園と学校を繋ぐ”



さて、二つめは、皆さんが今おられます 3331 ArtsChiyoda。

この窓の向こう側に練成公園という公園がくっついています。今はテラス階段でつながって、公園と学校だった建物、このコミュニティスペースと呼ばれる民間の空間がシームレスにつながっています。このことが、実は非常に公園もよくし、このコミュニティスペースもよくしています。ここはかつて練成中学という千代田区の中学だったのですが、そのときは、公園は公園でした。そこにフェンスが張られ、ドライエリアの堀が掘られて、中学校が一番向こう側、妻側の東側が正門でした。公園と学校が切り離されていたものをつないただけですが、都市公園と学校をつないだことが、このアートセンターをどことなくいい空間にし、プレイスメイキングの基礎ができたのではないかと思います。



3331に繋がる公園で毎年行う地元の地域交流会



ここでは、本当にさまざまな活動が行われております。展示会もあれば、みそを作ってみたり、近所の小学生がアサガオを植えて、これを育てて品評会をやってみたり、さまざまな広い意味のアート文化活動が行われる場所になっています。このつなげた場所では、近所の五軒町町会という神田明神の氏子の町会と一緒にしまして、毎秋11月3日にととてもどかなファミリー会が開かれます。われわれもきりたんぼを作ったり生ハムを切ったりして、近所の方々と混ざってやっています。大変いい空間が生まれていまして、浮浪者の集まる場所ではなかった都市公園が、こうやって生きる場所として使われ始めています。



もう一つ大事なのは、ここが避難所になったということです。これが3.11のときの様子です。帰宅困難者の百数十名を、暖房

が利いたこちら側で一晩預かりまして、避難場所としての機能もプレイスメイキングを考えると非常に大事な要素の一つではないかと思います。



もう一つ最後の例は、岩手県紫波町という人口3万4000人の町の、雪捨て場にしか使われていなかった10.7ヘクタールの町有地を、公民連携の手法で、開発が着々と進み、町の中心が作られつつあるものです。

左:オガールプラザ 右:オガールベース

2012年6月オープン 真ん中がオガール広場 2014年7月オープン



このオガールプロジェクトの真ん中のところに、さすがに大分の100メートル幅の公園にはあたりませんが、30メートル幅で長さ300mの公園のような広場を造りました。これが、非常にこの町の価値を高めることにつながっております。オガール広場という名称で呼ばれておりまして、左側がオガールプラザという図書館とテナントを合築した公民合築施設。テナント棟の賃料とテナント棟から入る固定資産税で、真ん中の図書館の建物の維持管理費を長年にわたって0円にするというプロジェクトです。

公共施設の再編等がよく言われますが、そのときにぜひオガールプラザなどは参考例として、皆さんよく考えていただきたいことです。すばらしい成功例があるのに、なかなかこの第2号がほかの土地で試みられない。なんと公共の敷地主義だなどということをつくづく感ずる毎日です。

右側は、今年の7月末にオープンしましたオガールベースという、バレーボール専用体育館とホテルをメインコンテンツとします民間事業棟です。民間がこの場所に投資して、オガール

広場という公共空間を間に挟んで、これがずっとと奥まで約300メートルつながる町の中心です。



オガールプラザの雁木空間(幅4m)



オガール広場の芝生でつろぐ地元の小学生たち

オガールプラザの作り方は、オガール広場に面したところに幅約4メートルの雁木空間を造っています。先ほどのオガールベースも同様で、約3.5メートルの雁木空間が広場と直接つながっています。何が言いたいかというと、広場は広場、その横にある敷地に建つ建物は建物という考え方をしたら駄目だということです。広場と建物が一体でつながっていくという考え方が、これから非常に大事です。要するに、公共空間である道路と民間の敷地がシームレスにつながっていくこと。

オガールの空間は最初から「デザインガイドライン」を計画して、これに沿ってすべての建物がつくられています。オガール広場と横の建物はシームレスでつながって、双方がこれを上手に利用し合う関係性を持っているという、のりしろ空間が作られているところが一番の特徴です。オガール広場は、本当に毎日、ものすごくいいかたちでいろいろな人がやってきますし、日中だけではなく、夜になりますと居酒屋が店舗を芝生の空間のほうに張り出したりします。



オガール広場を使った オータムワインガーデン

これは、たまたまワインガーデンと称するイベントをやっているときの風景ですが、この建物の左にあるオガールプラザの中の地産地消居酒屋さんは、店舗面積がわずか20坪、40席の店舗ですが、夏場のいいときになりますと、ここと同じように外側に約80席張り出しまして、非常に効率のいい店舗経営をやっています。

その代わりその店舗は、これは契約書には何も書いていないのですが、この公園を清掃することが義務づけられているというやり方で、維持管理費が安く保てる仕掛けです。そんなことで商売は繁盛し、公共空間の維持管理を安くするみたいな、こんな細かい話で大変恐縮です。

このオガール広場を中心に、オガールプラザ、オガールベースなどができましたが、この紫波町の雪捨て場だった10.7ヘクタールの土地周辺は、岩手県で2カ所だけある、基準点の地価上昇が見られた一つになりました。つまり、公共が投資したものを固定資産税で取り戻すということをしっかりやり始めているまちです。

プレイスメイキングは大変結構ですが、もう少しみんなシビアにお金と結びつけて考えてほしいんです。公共空間も大きな投資です。大きな投資をして、これの元を取れなかったら自治体はあとがないという状態が、今現在のあらゆる地方都市の状況ではないかと思います。東京だけは特別かもしれないのですが、それ以外では本当にそんな状況が続いていまして、プレイスメイキングをすることによるエリア価値上昇を、私どもはリノベーションまちづくりと言ってみんなと一緒にやっています。(拍手)

西村 どうもありがとうございました。3人がお話をして、少し短かったので最後まで話しかけなかったところもあるかと思いますが、今の清水さんの話を聞いているとこれは完全に敷地内の公園ですか。あれは道路ではないですよね。

清水 オガール広場は公共の広場です。

西村 公共の広場。そうですか。僕も大分の話をちらっとし

ましたが、先ほどの 100 メートル幅、みんなで芝生を張ったあそこも公共でやっています。確かに税金を使って作っていますが、何が起こったかという、周辺の地価がまず上がりました。いいことかどうかは別にして、マンションの建設ラッシュになって、マンションが完売するという。しかもそこには、高齢者ではなくて子育てをするお母さんたちが住み始めるといういい循環が、緑の空間によって起こっているわけです。

これまでの日本の都市の造られ方というのは経済性優先なので、土地があれば高度利用をして、そこでできるだけ広く床を造って投資回収するという仕組みでやってきたのですが、むしろ公共の空間をうまく地域の人たちが緑を増やして使いこなして、みんながゆっくりできる空間にすることで、周辺の価値が上がって商売につながっていくというのが、多分清水さんの事例であり、私が紹介したわいわい!! コンテナの事例かなと思っています。

そんな中、実は大分の事例では、先ほど話しませんでした、北側の中央通りという通りがあって、まちの中の商店街の通りを公園化する。実質は公園化ではなくて、6車線ある車線を1車線ずつ減らして、歩行者優先の通りにするというプロジェクトが、実は南北軸の一つのテーマだったのです。正直に言うと、僕はそこで大変な目に遭っています、松井さんのせい。(笑)

松井さんが減車線化するという仕掛けをしていなくなってしまって、そこから新プロポーザルで取ってやり始めたのですが、まあ大反対されているわけです。要は、20世紀型の人には車社会で、車で商店街に来る、今まで商店街を育ててくれた方々です。これは感謝しなければいけないと思いますが、若い人たちの考えは違って、子育て世代のお母さんたちは、子ども連れでも来られる安全な環境がほしいと言います。そこが大変な戦いになって、ついでに僕もお腹を殴られながら、松井さんのおかげで大変な目に遭っているわけです。(笑)

佐賀では広場みたいなものを作ったわけですが、清水さんがおっしゃったようにまちなかは 20~30%が道路できています。地方都市の駐車場まで合わせると、実は 50%以上が車のための空間です。それをコンパクトにまちづくりをしていこうというのが、松井さんにお話しいただいたコンパクトなまちづくりです。そこがなかなかうまく進まないというのが僕の実感だし、多分日本全国でそういう状況だと思うのですが、現実的には、今、どういう状況なんでしょうか。

松井 おっしゃるとおり、市町村の都市計画のマスタープランだと大体、6、7割はコンパクトシティにすると位置づけています。位置づけてはいますが、言っては悪いですが、それは上っ面といった感じです。

コンパクトシティがいいんだというようなことを書いていますが、本当に理解して「こういうふうにしておれたちの町は生き抜いていこう」というところまで考え抜いて突き詰めていな

いのです。なんとなくコンパクトシティと言いながら市庁舎を郊外にもっていったり、高齢者施設を郊外にもっていったり、あるいは市営病院を郊外にもっていったりして、「いやあ、まちが衰退して困ったんです」と言う首長さんがいらっしやったりします。

そういうところで、ではどうするか。確かにコンパクトシティは財政改革につながり、人々も健康になって中心市街地も活性化化する。それから環境にも優しい。そういうことを言っているのですが、何か力が入らないといえますか、おもしろくない。楽しくないのです。ですから、首長さんが議会で、われわれはこういうまちにしたい、例えば中心を減車線化して歩いている人がもっとわんさか来るようなまちにしたいと言っても、なかなか「いいじゃないか」とならないのは、おもしろさ、楽しさが伝わらないからだと思います。まちはやはり楽しくないと、おもしろくないと、儲からないといけません。

先ほど清水先生がお金の話をされていました。自動車を締め出すことによって歩行者がこれだけ増える。歩行者のまちにしたほうが実は買い物客数も増えて、売り上げも増えて儲かりますよということを、丁寧に言ってあげないといけないと思います。車で来られなくなると売り上げが減ると思い込んでいて、みんな反対しています。世界のいろいろなところでも同じような反対は起きていますが、実は歩行者を中心にしたところ地価も上がり、売り上げも伸びて税収も増えたという事例はたくさんあります。こうした事例を示しながら、このまちでもこういうふうにするばきっとまちに元気が出る、人はより多くきて儲かる。そういったことをしっかり伝えることが不足しているので、自動車社会に慣れ、現状維持バイアスに縛られている人たちは反対する。そうではないということを、具体事例を示しながらきちんと伝えていくことが一番重要なことではないかと思っています。

清水 僕は全く賛成です。課題は何なのかいつも思うのです。掲げている政策、あるいは絵に描いた餅自体は間違っていないのです。すばらしい絵に描いた餅が掲げられているのです。課題は何か、プロセスが全くないのです。それを実現するプロセスなき絵に描いた餅論が、今までずっと横行していたのではないかと思っています。

例えば小さいリノベーションまちづくりなど、明日からできることがあるのに動かさず、何か拠点を整備すれば真ん中も変わるのだみたいなことだけを言うから、完全に片手落ちなのです。立地適正化計画というコンパクトシティ論をさらに進めるこの政策も、政策自体は大変すばらしく、申し分ないことが書かれていると思います。ただし、それを現実の既にあるまちの中でどう実現したらいいかというプロセスがさっぱり描かれていないし、プロセスに対しては全く関心もなければ注目もないような感じなのです。

プロセスって、面倒くさいから嫌なのでしょうか。手間がかかるし、しんどい。やれば成果が出るのですが、それを省いていきなりどかんと、国で金を付ければ何とかかなるみたいな、これが20世紀型の非常識と呼んでいいものではないかと僕は思っています。このあたりが一番の課題ではないかと思えます。

西村 そうですね。松井さんが言われた、なかなかイメージがわからないというお話は本当にそうだと思います。ただ、清水さんのスライドを見ると現実的に、完全な道路ではありませんが、こんな空間を用意すれば人が集まってきちんと収益やまちの活性化につながるんだよ、という事例が、オガールや北九州の魚町などでは見えてきています。あのような事例を皆さんが実感しながらまちづくりをすることが大事かなと思います。

今、清水さんのお話の中で立地適正化計画のお話が出ました。立地適正化計画は、都市機能誘導区域や居住誘導区域、駐車場配置適正化区域など、ある一定エリアに居住や都市機能を誘導したり駐車場の配置をコントロールしていこうということで、コンパクトシティを実現していくための方策なのでしょうが、正直いいますと現実、いろいろところで話をするのですが、線引きが非常に難しいのではないかと思います。

なぜかと言いますと、松井さんがおっしゃったように、都市がすごく広がっている中で「このエリアに居住促進をします」という線を地方の首長さんが引くというのは、こっちは佐賀市だしこっちは佐賀市だし、みたいに非常に難しいのではないかと思います。松井さんいかがでしょうか。

松井 線引きは、昭和40年代にまちが非常に勢いで人口が爆発的に増え、都市が拡大していたときに、ただなすがままでは効率が悪く爆発的な勢いに対応できない、ということで、ここはまちにしよう、ここはそのあとのまちの開発地にしようという風に線を決めたのです。けれども、今は人口が逆に減少する時代となって、その考え方が現状から少しずれてきてしまったということで、どうにかしなくては、となっている。そういうことで、現在の立地適正化計画策定の推進を行っています。

これは、実際のまちは拡大方向ではなくなっているんで、まちの形を見直さなくてはいけなくなっている。本当は線引き自体を見直したいけれども、線引きを見直すとなると大ごとになる。でも、まちの実態は変わっていて構造再編をしなくてはいけないということで、何か仕掛けをして少しずつでも変えていく方法を考えています。施設や機能の立地が適正になされることで、人が知らず知らずの一歩一歩とあるところに寄っていく。そうするといつのまにか、線を引いていなくても、人が集まっている枠のようなものがでてくる。それが見えてきたら、そのなかの機能を維持するために柵をつくらう、線引きを計画しなおそう。これが実は立地適正化計画の本質です。つまり、「誘導型」なのです。自ずと見える線がない状態で、最初にここと

決めることは非常に難しいので、誘導をし、実態がそのようになったときに線をあとから引く。ここがプレイスメイキングのお話と結びつく重要なところだと思います。

まずは先ほど来あったようにマイナスの施策というか、マイナスのいろいろな取り組みです。このマイナスというのは、例えば景観でいいますとアーケードをマイナスして取る。そして新しい景観を作る。それから建物を取って空間を作る。

つまり、道元が昔「放てば満つる」と言いました。「放てば満つる」とは空地の思想で、強迫観念に従って何かものを詰め込むのではなく、そこを取り除いていくと実はそこにいろいろな新しい機能がやってくる。先ほどの芝生を作ったらそこに子どもたちが集まってくる。建物を排除したらそこに賑わいが生まれる。これがマイナスの景観づくり、あるいは「放てば満つる」、空地の思想につながり、それをきっかけとして人が集まる場所ができ、まちはスマートにシュリンクしていくと思えます。

これは非常に重要なやり方だと思います。これまでのまずマスタープランを決めてそれに向かってやっていくという方法ではなく、もっと身近なものがだんだん動き出していくことで一定の形を作っていくということ。渡り鳥の陣形と同じです。渡り鳥の陣形は、誰かがトップダウンでこんなふうな形にすることであの形になっているわけではありません。前後左右をみて、自分の飛ぶ位置を判断している。こういう風に、いろいろ隣の人や周辺の人等と相談し合いながら、全体としては集団の渡り鳥のように、一つの形をかたちづくっていく。こういうプロセスが、これからのコンパクトシティの進め方、その形成のプロセスになるのではないかと。これが、先程来からお話がありましたように非常に重要で、プレイスメイキングが、このプロセスをすすめるための大きなきっかけを地域に与えて進んでいくような感じがします。

ちょっと横道にそれで申し訳ありませんが、日本には大体、120万本ぐらい電柱があり、それを何とかなくしていこうという電線類の地中化の施策を20年ぐらいやっていました。そして、法律も作ってそうしたのですが、なかなか進みません。

被災地へ行って、これはチャンスだということで、東北の被災地でまちを作るときにはできるだけ電線の地中化をしましょうねと、基本的には埋めましようと言ったのですが、なかなか進まない。そして、気が付いてみたら区画整理と共に電柱がばーっと建ち並んでいて、もう愕然とするところなのですが。これも先ほど言ったマイナスの景観です。アーケードをとる。電柱をとる。そうするとまちはいきいきとしてきれいになる。こういうことを基本的に進めないとなかなかいいものではないかと思えます。

境界の話もありました。境界とはバウンダリで、バウンダリをうまく取り除けば非常にいいまちづくりになります。これは考えてみるとわが国の、日本の家の特性です。日本の家は今で

こそ3LDKで、パーティーンでかちと切っていますけれども、昔はみんなふすまで仕切られていて、うまくやれば大きな広間で祝言など挙げます。そういう文化をわれわれ日本人は持っています。まちもそんなにきちつきちとパーティーンで区切るのではなく、できるだけ日本家屋のようにうまく認識的な境界でパーティーンすることによって、先ほど清水先生がおっしゃったようにいろいろ設けられ、地域の価値が上がるまちづくりができると思いました。

西村 ありがとうございます。今、非常にいいキーワードがありました。「誘導型」、僕はまさにこれだと思います。何かこうかちつ、かちつものを作りあげていくのが20世紀だとすると、21世紀は、特に日本はこれから人口が減るとい世界的にも特殊な状況の中でまちづくりをしていかなければいけません。その中で、作っていくというよりも何かきっかけを与えて、それに対して動いていく人々を誘導、引っ張っていくというのでしょうか。モチベーションを上げていくようなまちづくりが大事なと思っています。

先ほど言ったように線引きは非常に、本当に難しいです。正直いうと地方都市では無理だと思います。ここに住みなさいなどという線を、広げる時代はよかったです、小さくするのは非常に困難だと思います。

けれども清水さんがされている公民連携が非常に大事になると思うのですが、民地の部分で民間が魅力的な空間を作って、それによっていろいろな人々が集まってくるのであれば、それはそれでできる話ですね。

それをあとで困り込んで行政が線を引くわけですが、多分ここに公民連携の大事なところがあって、そこでのポイントは、清水さんはよく「民間が公共に資する」という言葉を使われます。これは民間の意識も大事だということだと思っております、その辺りをちょっとお話しいただけますか。

清水 若い世代を中心に21世紀的な日本人がかなり出てきていると思っています。僕はリノベーションスクールをやっている、僕らの年代に比べてはるかに、もともとパブリックマインドを持っているのではないかと思うような本当の市民が出てきていると、ものすごく強く感じるようになってきました。クラシックな考え方ですと民間は民間、公共は公共。民間と公共が連携するといっても、はたしてどうやってやったらいいのかイメージがわいてこない。これが公民連携と言われた、今から10年近く前ぐらいの状況ではなかったかと思っております。

それに対して、実際にリノベーションスクール等で民間の不動産オーナーの方々と会ったり、家守チームを目指す民間の人たちと会っていますと、明らかにパブリックマインドは既に持っています。そしてその上に、公共ではないそろばんがはじけるのです。こんなにいいことはないのではないかと正直、僕は

思っています。

ですから、パブリックマインドを持った民間のちゃんとした組織を作ることが、これからのまちにとって非常に重要なのだと、その人たちがなぜ公共の一翼を担ってはいけないのだと言っています。

公共空間は公共だけのものでしょうか。市民でしっかりした人たちがいたら、公共空間の維持管理だって軽くやってもらえばいいのです。この辺が大事なところなのです。しっかりした民間、公共を担える民間が出てきてくれたら、行政はこの人たちと一緒にやっていくべきではないかと、僕は積極的に思っています。

ですから行政の方々も、かつてはこういう公園のような、あるいは道路のような公共資産を民間に使わせたらそこに既得権、利権が発生してあとあと大変なことになるぞみたいな、被害者DNAみたいなトラウマがあるようです。行政側には、

この3331は指定管理ではありません。地代、家賃を千代田区に、私が代表なのですが、払っています。電気代はもちろん運営者側の負担です。月額200万を超えます。さらに25名の従業員を使って文化・芸術サービスという、普通でいう文化施設運営の超ウルトラバージョンを活動的に、活発に、テナントがやっているものも含めまして年間900イベントをここでやって、80万~100万人が来るという文化施設運営を、この不動産を管理する収入から収益を生み出し、25名の従業員の人件費まで、われわれの自己負担です。この改修費を大体15年で回収するぐらいの地代、家賃を千代田区さんにお支払いして、文化施設運営を指定管理ではなく、そのパフォーマンスをはるかに上回る活動を行っているというのが実態です。民間組織です。合同会社コマンドAという資本金3000万円の会社を設立して、それがパブリックマインドでもって運営しています。

図書館だってできます。美術館だって本当はそれができるはずなのです。それを指定管理だとかいって、運営費が今まで行政がやっていたより少し安くなったぐらいで満足しているのはおかしくないですか。そういう事例も、ここで作り出しています。

すべてを民間でやったほうがいいのかと言おうとしているわけでは決してありません。依然として公共が担当したほうがいいものも多くあると思います。けれども、今、本当にパブリックマインドを持つ人たちが民間でちゃんとした組織を組んで継続性のある事業としてパブリック側のことを担っていく時代がきているのではないかと思っています。そういうチーム作りを一生懸命各地で行い、行政がこれを支援する活動、あるいは民間側をその気にさせる誘導策が必要ではないかと思っています。

西村 なるほど、ありがとうございます。今パブリックマインドという言葉が出ました。今回、プレイスメイキングという

テーマから始まっている話なのですが、やはりプレイスメイキングでは市民のほうにも行政のほうにもパブリックというものを楽しく使いこなしていこうとか、自分たちのものとして愛着を持って使っていこうという精神が一番大事です。それがないと全く成立しないのです。

何かが起こると誰かのせいにしてしまうことは常に起こりますから、それを守るためにルールやがんじがらめの縛りを作るわけで、そこをやめましょうというのが最初のスタートになります。国土交通省でも都市再生特別措置法で都市再生推進法人を作れば道路空間でカフェを運営していいと、収益を上げながら維持して使っていこうという方向へは向かっているのですが、現実にはやろうとすると今度は警察がうんとは言わないとか、なかなか前に進まないことばかりです。

やはりもう少し公共の財産の空間、公共空間というよりも公共が持っている空間をもう少し市民が自主的に運営をしたり維持をしたりしていく方向に規制を緩和したり、住民のほうにもその意識を植えつけていく活動が必要かなと思います。

僕は清水さんに初めてお会いして「佐賀でまちづくりをしています」と言ったときに、「飲食店を経営しなさい」と言われました。要はまちに住んで自分で地に足を付けてお金を稼ぎながらまちづくりをやりなさいと言われて、実は今年の4月から佐賀のふるさとのまちに先ほど見せたコンテナを使って、自分でお金を投資してコワーキングスペースを作りました。そこに自分の事務所も入って、働く人を集めながら、カフェもちょっとやりながら、まちづくり活動をやり始めています。

実際にやって思ったのは、その場所に自分が責任を持って住んだり働いたりすると、周りの人たちの、地元の人たちの扱いが全く変わるので。やはり地元の意識をすごくシェアできるというか。さらに自分もここで商売を、ビジネスをしていますから、ビジネスをしながら上がった収益を次のシャッターを開けるために使おうというふうになると、一気に進みます。そういう人たちが地元で育っていくことが非常に必要かなと実は感じました。

そこで松井さんにお聞きしたいのですが、これから本当に大事なのは公民が、今までそこは行政のせいだ、こっちは民間だから自由にさせろみたいな流れが来たところを、どうやったらすり合わせられるのか。今、事例としては明らかに見えてきています。そこで何か今、うまくいきそうなアイデアや考え方はあるでしょうか。

松井 アイデアといいますか、民間と公共と一緒に進んでいくことに必ずしも双方、抵抗があるわけでないのに、ここにもなんとなく思い込みがあるような気がするのです。官の責任と民の責任はこうだと思ひ込み、それぞれ自分の責任範囲はこれだけだと思って、自分の空間だけ、公共の人は公共空間のことだけ、民間の人は民間のことだけ考えれば良いと思っている。

全体が一番良いパフォーマンスをするにはどうしたら良いかを考え、それぞれが管理している空間を一緒に出し合っていく。公共は、管理している道路を出して、民間の人は土地を出して、と考えていく。こうした取り組みも幾つかできてきていると思いますが、こういうふうにも、まちとしてやりたいことのために、それぞれができることを、自分の持分から割り勘みたいで、公共の土地はこれを出す、民間の土地はこれを使う、と、一番パフォーマンスが出せるようなやり方をみんなで考えながら工夫していくということが、公民のうまい連携なのではないでしょうか。

先ほど出ていた指定管理者制度や、あるいは都市再生特別措置法で道路にカフェができるようにしたとか、いろいろとレギュレーションを緩和して、できることを増やしても、結局ももとの頭が公共と民地はこうだという堅い石頭になっていては、折角いろいろなアイデアができて、そここのところがなかなか突破できません。人が集まり賑わう空間を作るといことは、それはもう今までのものとは全く別のもので、それぞれが持っているものを出し合って新しい、まちを元気にする第三の空間として使いましょうというふうにやっていくのがいいのではないかと思います。

多分、法律が悪いとか、それらによってできないということはおほとんどありません。法律とか制度などについて、できないと思ひ込んでいるからみんなそう言っているだけで、これとこれを出し合ってこういうふうにしましょうといっても、法律的にも何らやってはいけないことはないですから、公民が連携した新しい取り組みを各地でやっていったらいいのではないかと思います。

西村 ということは、もう状況は整っていて、あとは主体になる人たち、行政かもしれませんし市民かもしれませんが、その人たちの覚悟次第、やり方次第ということでしょうか。運用でもう何とかできるのではないかと。

やはりこういうプレイスメイキングとかまちづくりは、楽しくない駄目だと僕は正直思っていて、それが多分モチベーションになっていくと思います。そうやって何かを拒絶して進めないというのは、そこに楽しくないとか、儲からないとか、何かそういう障害があると思っています。

今ノバージョンの世界でみんなが苦勞しているいろいろな人を集めてやっているのは、ユーザーの人たちに何か楽しいぞというソフトを与えたり、あるいは儲かりますよと、清水さんがお金の話をしなさいとおっしゃったように、これをやると本当に儲かるよということを不動産オーナーに言ったり、テナントに入るときに言ったり、プレゼンテーションをきちんとしながら、「だったらやろう」ということを積み重ねているだけなのではないかと思います。

ですから公共空間、道路であっても実際、お金を稼いで維持

管理してくださいという方向になっていますから、そこに楽しみたいなことを加えていくことが非常に大事かなと思います。実際に清水さんは、ああいうリノベーションとさらっと言われましたが、実は相当いろいろなことをやられて、苦労をなさっているのではないのでしょうか。

清水 苦労はほとんどないのが、実態です。(笑)

西村 苦労だと思っていないだけだと思います。(笑)

清水 何か楽しいんですね。めちゃくちゃ。みんなでやるのですが、すごく楽しいのです。今日の話の中で、またちょっと振り出しに戻るような話になるのですが、僕は公と民という話をするとき、道と駐車場がやはりキーではないかと思っています。道は今現在、大体、公の所有物で、そこに警察というややこしいものがもう1個乗っかっていて使いづらくなっているという仕組みは皆さんもよくご存じだと思います。それと、民間の駐車場は、僕は道だと思っています。

公だ民だと言っている暇はもうないというのが地方都市の実態ではないかと思えます。もちろん公が衣を脱ぎ捨てなければいけませんし、民間側も自分の土地だとか言っているようではいけません。

僕は「敷地に価値なし、エリアに価値あり」と何十年と言いつづけていますが、公も大きな不動産オーナーなんです。

そのときに、今日はあまり詳しく説明されませんでした。西村先生の考えている、公と民間が道路と駐車場をどういうふうにもっと集約化して再配置し、フリンジ駐車場のような考え方を元にして、将来的には公共交通機関にもうちょっと伸びていってほしいのですが、もちろん歩くことが主体で、自転車とその次で、公共交通機関がそれを補助する仕組みをなるべく上手に組み立てて、各都市がこれに移行してほしいと願っています。

現状ではやはり地方都市に行けば行くだけ、車が主要交通手段になっています。その中で道路と駐車場をどう上手に、フリンジ駐車場あたりに再配置、誘導していくか。そして一番の主目的の「何のために」というところでは、安全に歩いて楽しめる空間を都市の真ん中にどうやって作り出していかかということ。これはコンパクトシティ化の中で、ものすごく大きな比重を占めるテーマではないかと思っています。

オガールプロジェクトも実は主要交通手段は車を主体にしています。そのときに、駐車場の配置計画とオガール広場という、歩いて楽しめる空間の配置は最大限、工夫を重ねたところです。特徴は土地区画整理事業のように、基盤の目の道路をばんばん入れることを一切やらなかったことです。10.7ヘクタール、340メートル角ぐらいのところ十文字に道路を入れただけで、あとは駐車場をどういうふうにもっと上手に配置するか。そこまでは車

で非常に来やすくしておいて、そこからは歩いて安全に楽しめるオガール広場を中心に、人が集まる場所を作るという考え方を整理してやったので、うまくいっているのではないかと思います。

西村 ありがとうございます。今ちょっとお話が出ましたが、松井さんが得意なのですが、僕は特に地方都市が大きく変わるきっかけが2つあると思います。1つは防災です。防災まちづくりはこれからおそらく地方都市を個性的な地方都市にするきっかけとなります。そしてもう1つは交通です。車社会から脱却し、公共交通機関と駐車場を含めて安全に歩ける空間と車がアクセスする空間をきちんと棲み分けをして交通体系をもう一回きちんと再編できれば、地方都市はものすごく変わると思います。

その理由は先ほど言ったように、小さな子ども連れのお母さんなどはまちなかへは行きません。危ないからです。まちなか居住と言っているけれども、そんなところには住めないというわけです。ですから、安全なまちがなくて、お母さんたちが住めないと言っている状況では、マンションを作ってもまちなか居住をしましようといっても促進しないのです。

ということは、まちなかの安全をどうやって作っていくかというところから始めなければならず、そのためにはやはり交通体系を車社会から、車を排除するのではなくて、地方都市で車をうまく使う状況で、安全な場所をどう作るかをきちんと考える必要があるかなと思っています。

駐車場の再配置の話が今ちらっと出ましたが、何を考えているかと言いますと、これは提案している状況なのですが、まちなかの駐車場だらけなのです。そして、ここを原っぱにしますと僕は言っているわけです。ところが全部、民間の駐車場なのです。当然、そんなことできるわけないと市民の人もみんな言っていて、相手にもされません。

フリンジ駐車場を作りましょうという政策は実は全国各地にあり、いろいろフリンジ駐車場を行政の力で作ったところもあります。けれども、真ん中の民間の駐車場を減らさないものだから、公共の力で駐車場を増やしただけという状況が、実はいろいろな地方都市で起こっているのです。大事なことは、例えば行政の力でフリンジ駐車場を作ったとしたら、ここの真ん中のエリアの民間の駐車場とどうやって置き換えるかが大事なのです。全部は駄目です。適正なエリアです。

私は今、ここの行政が作った駐車場と真ん中の民間の駐車場の人たちで利用権を交換しようとして提案しています。土地の所有権を交換するのはものすごく大変なので、利用権を交換して、この行政が作った公共の駐車場の中で、精一杯儲かっているだけのことです。むしろ、もっと儲かる仕組みにしておきます。そうすれば、外側でやったほうが儲かるからそっちでやる。そうすると真ん中に公共的に使える民地が増えるわけ

で、実はそこを佐賀では原っぱにしていこうと考えています。

フリンジ駐車場を作らなければいけないというか、重要なことは、いかに車のための空間を減らしていくか、ということで、そこにアイデアが要ります。僕はそれを「発明」と言っています。これからそういう発明を重ね合わせながら、立地適正化計画を促進していかないと、多分コンパクトなまちづくりはうまくいかないと思っています。

最初に松井さんから、そもそも都市というのは多様性を持つべきだというお話がありました。そして、昨日の議論の中で多者性というお話がありました。他者がいっぱいいるという状況です。なぜその話が出たかといいますと、実は昨日、渋谷の再開発の話をしておりまして、ヒカリエの横に巨大なビルがたくさん建つわけです。そして、学生がそれをテーマにして課題をやっているのですが、不安になるのです。自分たちがこれを維持していかなければいけないと。

ちょっと話が東京にいけますが、ものすごいスケールです。そして、この再開発って何なの。東京だったらいいの。よさそうな気もするというのがちょっとあるわけ。地方都市だったら絶対に駄目なのですが、これは何なのかということを議論したときに、東大の千葉学先生がこんなことをおっしゃいました。再開発のビルは極めて危険だと。

まちとは本来、多様性や多者性、いろんな人がいたり、いろんなビルがあったり、いろんな土地利用や用途が混在しているからこそ、1個ぐらい建物が潰れてもビクともしません。ところが、再開発ビルという巨大なビルはまち1個分ぐらいの床面積を持っているにもかかわらず、その高層ビルはものすごくハイテクで、家電製品のようなと言われましたが、窓1個壊れると大変なことになるのです。そして、ちょっとテナントが出だすと収益が上がらなくなって途端に破産し出すという、極めて危険な存在なのです。

再開発のビルを維持していくにはものすごくコストがかかるというのと、確かに空き家も増えていていっぱいビルがあるいろんな人がいるけれども、1個ぐらい建物が空き家になってへっちゃらだというようなまちの耐久性と、どちらをとるのだということが実は議論になったわけです。

今日2人にいただいたお話を聞いて感じたのは、やはりこれからは多様性を担保していく。多者性というのでしょうか。いろんな人がいて、お互いに補完しながら小さいものの積み重ねでまちができることで、誰かがちょっと病気になっても周りが助けるから、周りが元気だから大丈夫だよという状況をいかに作っていくかが、まちづくりかなと思いました。

そして、それを積み重ねていくと、実は清水さんがおっしゃっているリノベーションまちづくりのようなエリアが生まれてきて、それに、「誘導型」と松井さんは表現されましたが、誘導されているいろんな人が集まってきてコンパクトになっていき、そこにさくっと行政が最後に線を引くみたいな。(笑)

いいじゃないですか、その流れ、というのが何かお2人の話を聞いて見えてきたのです。

今日は行政の方もたくさんいらっしやっていて、コンパクトシティということがいろいろなところで言われている中で、大體話を聞くと何かを作りますという話から始まるのですが、そうではなくて「誘導する」ことをキーワードにプレゼンテーションしていくと、何かまちづくりが一気に進むのかなという感想を持ちました。松井さん、その辺りはどうでしょうか。まとめましたが、一言ずつ。

松井 先ほどの駐車場の話はまさにこれから(まちを変えていく)1つのきっかけになると思います。多くの都市ではおそらく、空から見るとコインパーキングという新しいビジネスモデルで非常に多くの空間が青空駐車場として使われています。これは非常にうまいモデルなのです。駐車場からは、所有者に、固定資産税分ぐらいの収入は十分に入り、車を利用してまちなかに来る人は安く便利に駐車場が利用できる。コインパーキングの会社も一定の売り上げが当初の設備投資だけでコンスタントに入ってくる。ただ、それがまちの持続可能性や賑わいには良いと言えるかどうか。車優先になってしまい、歩行者にとっては快適でないまち、暮らしぶらいまちを創出させてしまっています。

そうではなく、まずは車ではなくて、徒歩あるいは自転車のようなゆっくりしたスローな交通手段でまちを自由に動き回れる場所を、まちの真ん中に作ることができたら、そのまちは多分生きてきます。そして、そのための基盤はもうできています。まちの中心の外縁に通過交通を処理するバイパスや内環状道路がある程度できている。ほとんどのまちでそれができています。ようやくその基盤ができてきているので、車がなくてもちゃんと歩けるような空間を創り出す。そのためには、中にある駐車場をうまく外にもっていくことでそういう空間が生まれる。例えばコインパーキングを外に出すことで、歩いて暮らせる空間が生み出される。これがまちが変わっていく1つの大きなきっかけになるのではないかと思います。

先程来からお話がありますように、やはり市民の方々が自分のまちの真ん中は自分たちのものだというふう感じて、そこがどういうふうになったらいいか、どうしていけばいいかということを不断に見ていくことがまずは重要ではないかと思っています。そのアプローチの仕方は、既に清水先生や西村先生が実践されているような小さなまちづくりがだんだんと伝染していく、拡がっていくという進め方が最も良いのではないかと。そして、ものとしては駐車場であったり空き地であったりしますが、つまりは空地、空き地をマネージすることでまちを再生することが、今後の大きなキーワードではないかと思いました。

西村 ありがとうございます。清水さん。

清水 実は言いたいことがいっぱいありますが、時間がありませんので少しだけお話をしますと、僕も全く同じ意見で、道と空き地のマネジメントがすごく重要ではないかと思っています。神田でリノベまちづくりをやり始めたのは、具体的には2003年からです。神田祭りが2年に1回、この場所であるのですが、そのときに地元の人たちからものすごくいろんなことを教わりました。祭りで警察に道路を使う許可を申請することはおれたちには何でもないということ。道はおれたちのものだ。車はあとから来たものだという正論を聞きました。そのとおりなのです。

来年の5月の連休明けの金、土、日にこのあたり一体、ここから日本橋にかけて神田祭りが行われます。そのときに皆さんもぜひ足袋をはいて、神輿のあとをついてでもいいので道を歩いてほしいのです。実に、道というものはおれたちのものだという実感がふつふつとわいて参ります。

家守もそうですが、まちは町人が町人のために町人のお金で維持管理するものだという思想が非常に大事です。それをどのまちでも考えればいいのです。行政の方は、町人による町人のための町人のお金によるまちづくりを、誘導していけばいいのだというぐらいの根性でおやりになったほうがいい。よもや、ここに補助金など付けるなということ。麻薬を打つようなことを、覚せい剤をばんばん与え続けるようなまちづくりに対する支援を行政は絶対にやってはいけません。それを最近、強く思うようになりました。

実は、東京も衰退エリアが山のように出てきています。まだらで、再開発が可能なのはごくごく一部の限られた場所、ロケーションでしかないというのが実態でもあります。東京の中ですら衰退エリアの穴ぼこがぼこぼこ空いてきているのです。東京のまちも本当に油断は禁物だと言いたいところです。

西村 ありがとうございます。今日は松井さんがいい言葉を、「誘導型」と言ってくださったので、ガラッと話が変わりました。まさに「誘導型」だと思います。そろそろまとめに入りたいのですが、ちょっと僕のスライドを使ってまとめられそうなのでまとめてもいいでしょうか。

マチ再生に向かうよい循環

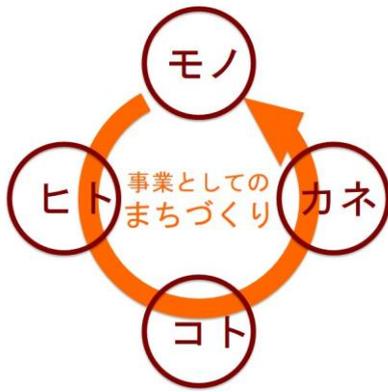


今日ずっとまちの再生の話をしてきたのですが、中心市街地などですと大体どこへ行っても商業の再生が求められます。そして、今まではここに補助金を突っ込んで、多分やっていたことはイベントです。そしてグッタリ疲れてもう月曜日から働けませんみたいなことが繰り返されて、まちづくりは全くうまくいかなかった。もうそれはやめたほうがいいです。結果にいきなりいくのは、やめたほうがいいです。

そして、そのためには市民に反応を起こしてもらわなければいけません。まちなか居住をしたいねとか、回遊性を向上させるとか、時間消費をしてもらうとかいう反応を起こさなければいけません。でも、動機がないと起こさないわけですし、起こしてもらうためには実はまちの中に安全・安心を作ることがとても大事です。

あとは市民が自由に集まって何の規制もなく活動できる場所があれば良いのです。では、その広場みたいなところに、規制は必要でしょうか。自由に自分たちの発想で使える場所をいかに制度的に緩和しながら作っていくか。マナーを守れば商売やビジネスもできる、そういう場所を作る動機を生み出すことがとても大事ななと思います。これがあれば反応が起きて、結果的に商売ができるようになって商業ができるようになるわけです。

ここで申し上げたいのは、動機づくりや環境づくり、市民活動の活性化、まちなか居住、景観づくりがあって、その裏返しに商業の再生などがある。そして、役割をきちんと明快にしましょうというお話で、前者が実は公共の役割なのです。商業の再生は民間でやればいいのです。今までこれに補助金を突っ込んでがんばれと言っていたことが間違いです。この状況を整えるのが公共で、今日お話で出た道路とか駐車場、公園といったパブリックの空間は大いなる武器ではないかと思えます。これを本当にプレイスメイキングすることで、民間の人が商売をできる状況を両輪でやっていくのがこれからの本当の大きなテーマかなと思います。まさに今日お話いただいた話です。

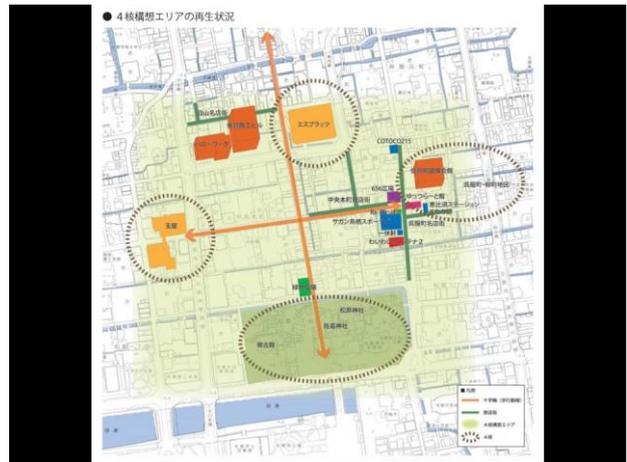


そして、これは清水さんにお話しいただいた話ですが、僕もまさにいつもよく言います。ものを作るには必ずそこで「モノ」だけでなく「コト」を起し、「ヒト」を巻き込んで、最終的には「カネ」を生む。これをぐるぐる回していくことがとても大事で、これが事業としてのまちづくりです。これはパブリックの空間でも民間の空間でも同じです。同じように事業としてまちづくりを考えたらいいのではないかという話を清水さんからいただきました。

たまねぎ戦法

そして、最後にもう1つだけお話ししたいと思います。コンパクトシティで魅力を上げていくというお話がありました。そして、融合していくというお話もありました。ここで一番大事なことは、最初に松井さんがおっしゃった「線引き」です。線引きしようとするとうまくも広がります。中心市街地活性化のエリアを決めようとする、どうしてもそこだけなんだ、といろいろな人に言われるのでどうしても広がってしまいます。

エリアを拡げてしまうとなかなかうまくいきません。最初に活性化するエリアは限られた範囲に限定すべきです。僕は「たまねぎ戦法」と呼んでいます。



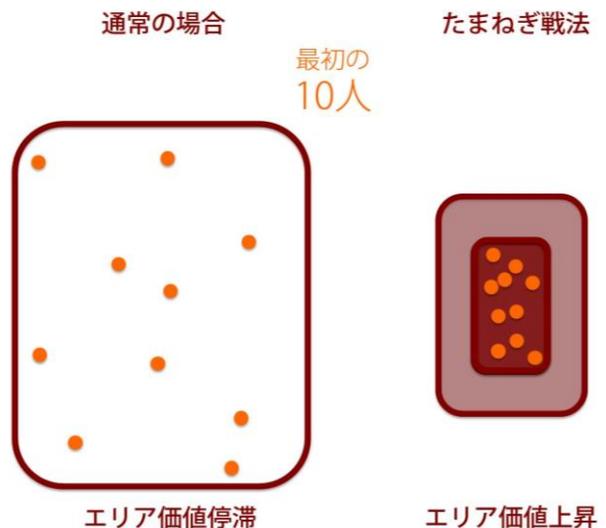
仮に…

$$\begin{array}{ccc} \text{目標入込総数} & & \text{初期入込人数} \\ 1000人 \times 1\% & = & 10人 \end{array}$$



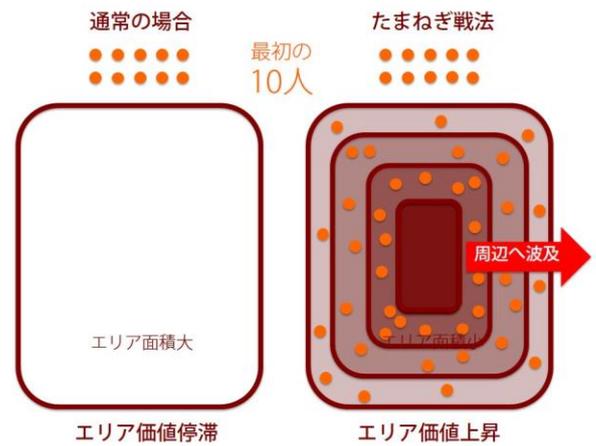
この人たちの動きで
その後は大きく変わる

今、佐賀でまちづくりをやっていますが、呉服元町という一部のエリアだけが極端に熱くなっています。これは「たまねぎ戦法」をやっているからです。本来の中活エリアはもっと広いです。けれども、このエリアだけが盛り上がっています。なぜかと言いますと、仮に見込み人数（目標数）を1,000人だとします。大抵の場合、最初に動く人は1%いれればいいぐらいです。仮に1%だとすると10人ぐらいしか動きません。実は、最初のこの10人がどう動くかでこのまちづくりの行く末が決まるのです。ここが大事です。



例えば、通常の場合とたまねぎ戦法があって、通常の場合はエ

リアが広いです。そして、たまねぎ戦法では最初のエリアをすごくコンパクトに設定します。その上で、ここをやるぞ、と宣言します。そうすることによって、最初の10人の動き方が変わるので、10人集まりましたというときに、エリアが広いと全く密度も価値も上がりません。けれども、コンパクトなエリアにしておくと集まった10人のおかげで、このエリアの価値がすごく上がります。いい場所になったぞ、ということが、市民の目にも見える。これによって実はその周辺の価値が上がり、ここにまた人を呼び込めるわけです。そして、結果的に人を集めながら徐々にエリアが広がっていきます。



正直いいますと、まちづくりが進んでも中活で設定をしている広いエリア全体の活性化は、とてもできないと思います。最初はコンパクトにして拡げていくと言いましたが、これからコンパクトなまちづくりをするうえで、一番外側のエリアまではいかないと思います。いかにしているのです。真ん中から詰めて、詰めて、ここで止まっても、結果的には昔に比べればコンパクトな都市ができあがっているわけで、どんどん魅力に誘導されて人が集まってきます。何かそういう戦略をとらないと、プレイメイキングをしながらコンパクトなまちづくりと連動させていくことはなかなか難しいかなと思いました。

最後は自分のスライドでしゃべってしまいました、うまくお2人の話がここにかみあったので、私の話でちょっとまとめさせていただきました。5分ほど過ぎましたがよろしいでしょうか。本当にお2人、ありがとうございました。皆様ありがとうございました。これで終わらせていただきます。(拍手)

勤所は3つ

段階初期の対象エリアの設定を

コンパクトに

最初の10人と地域が連携した

エリアプロデュース

エリア周辺に対する

波及する戦略を

よくコンパクトだと線引きできないと言われますが、最初をコンパクトにして波及させていくのだというストーリーで語っていくと、実は理解されたりします。そして、この10人をいかにマネジメントするかが大事で、勤所は3つです。最初のエリアをコンパクトにする。そのあと、清水さんが一生懸命やられている、最初の10人をつかまえてその場所の価値をものすごく上げてしまう。オガールの事例はまさにそうですね。そして、そこから周辺の価値が上がるのでその周りにまた人が集まります。大事なことは波及する戦略です。再開発ではどうしても閉じ込め型になってしまうので駄目です。

まちという多様性を持った場所だからこそ実は波及力を持っているのです。この3つを頭に入れながら松井さんがおっしゃった誘導型、波及力は誘導型ですから、誘導型で少しずつコンパクトなまちづくりを目指していく。

第2回座談会

伊藤 こんにちは。私は、東京理科大学の伊藤と申します。プレイスメイキングに関する3回連続座談会の、今日は2回目です。お題は『状況やアクティビティをデザインする』で、1回目と3回目がハード寄りなのに対して、状況やアクティビティという、ソフト寄りな話になっています。²

3回目のモデレーターを務められる、筑波大学の渡先生の言葉をお借りして、プレイスメイキングについてまずご紹介させていただきたいと思います。「アメリカで生まれたプレイスメイキングは、人が自然に集まり、交流が進むような公共空間を作ることを指すデザイン概念で、日本では『居場所づくり』とも訳される」。

そういう意味では、最終的な目標はそうした状況が生まれていることであって、そのためのハードでもあると思いますので、状況やアクティビティというのは実は一番本質的なことかもしれないと思ひながら、今日の話を進めさせていただきます。

今回は一番変わった組み合わせではないかと思うのですが、三浦さんと黒崎さんにお越しいただきました。三浦さんはマーケティングアナリストとして、特に消費という側面から社会を分析的に見られているので、今日はそうした立場からお話しただけるかと思っています。黒崎さんは、ご紹介しきれないぐらい、様々な取組をされていて、今日も表でFarmer's Marketが行われていますが、ある種の仕掛け人だと思ひますので、そうしたお立場からお話しただけかと思っています。

よくあるのは、最初に「私はこうしています」という話から始めるのもありますが、時間も限られていますので、いくつかテーマを振ってお話しただく中で、それぞれのプロジェクトについても御紹介いただければと思います。プレイスメイキングは魅力的な居場所づくりですから、まずは都市の中で魅力的な状況や生活とはどういうものなのかというところから入ってみようかと思ひます。

お二人にとって心地よいと感じる場所や、心地よいと感じる都市生活像について、お話しただければと思います。三浦さんからお願ひします。



三浦 よろしくお願ひします。私は『IGOCOCHI』という写真集を出しておりますので居心地のいい写真は何千枚もあるので、2枚だけ持ってこいと云うので、とりあえず地元の吉祥寺と高円寺の写真を用意しました。

私もシンクタンクで国交省さんやら何やらの下請けを昔やっていた。シンクタンクというのは会議と営業が好きで、研究はほとんどしません。日建設さんは知らないけれども、三菱総研はそうです。「これは三菱総合営業所ですね」と言って、辞めました。研究する時間は週に2時間しかなかった。あとは会議と営業と打ち合わせです。

辞めますと、会議がないというのが最大のメリットで、週40時間研究できる。そんなに研究することはないので、私はだいたい15時間ぐらい研究して、あとは取材を受けたりする。そうすると4時ぐらいになるので、それから銭湯へ行き、5時から焼き鳥を食っているというのが理想的な、だいたい週2~3回はそういう暮らしをしていると思ひます。

今は西荻に事務所があるのですが、私は毎日仕事が終わると、西荻から中野まで各駅をブラブラして、高円寺で銭湯に入って中野で一杯やったりもしている。そういう自分の居場所を自分の周りにいっぱい持っているのが、楽しく仕事をして生きていける、私の幸せなのかと思ひます。



最初の写真は高円寺です。高円寺は16年前に注目して、本も書いたりしました。非常に若い人が多いイメージがありますが、高円寺ですら、今は若い人がそんなに多くなくて、30代も60代

²下線部は、(公)都市計画協会発行「新都市」平成26年11月号、12月号に収録。

も 80 代もいる。シェアハウスも多いので、外国人も多いです。こうやって焼き鳥屋の外でも、小さいテーブルを置いたら外国人が集まってくるという非常に楽しい状況で、こういう場所が日本中にもっと増えればよいのと思っています。



もう一枚の写真は、普通の 3 階建てのコンクリートのマンションです。おそらく 1 人のオーナーが、昔お金があるときにボンと建てたというものです。昔は若者がいっぱいいたので全室満室でしたが、今は若者が減って、ワンルームマンションに住む人が減ったので、1 階が空き家になってしまった。ずっと空き家だったらしく、私の知り合いの吉祥寺の不動産屋さんの女性店長が、どうせ空いているんだったらお店にしまおうというので、左のフランスの国旗のほうがレストランですね。それからお花屋さん、パン屋さん、カフェを入れました。

このマンションは道沿いで、井の頭通りの横の抜け道なので、まあまあ車が通ります。窓を開けたら人が歩いていて、車が通るのは嫌ですね。だから空き家になるのですが、せつかく車も通るし、人も歩いているならということでお店にしたら、このつまらないマンションがパリみたいに、パリは大きすぎけど、いい雰囲気になってきたわけです。

オーナーから見れば、テナントで埋まるからいいですね。吉祥寺にお店を出したい人はいっぱいいますから、おそらく普通の店舗用の物件よりは安くお店が出せるからいいですよ。上に住んでいる人は布団などを干していますが、1 階にカフェとパン屋があったら、うれしいですよ。

これは都市計画上は、道に面していても住宅地なので、本当はお店を出していけないようですが、武蔵野市の役人もこれを見に来て、黙認したそうです。それは市としても、住民が増えたり、お店が増えたり、にぎわいが生まれたりしたほうがいいので、黙認したんだと思いますが、黙認とか言わずに、こういうものはオーケーだという条例をつくってほしいと思っています。おそらくだんだんそうなるのではないかと思います。

とりあえずこんなところでもいいでしょうか。

伊藤 何千枚の中から 2 枚を選んでくださって、ありがと

うございます。次に、黒崎さん、お願いします。

黒崎 僕もまさに西荻で生まれ育って、桃井第三小学校、井草幼稚園でした。あの辺には昔、畑があった。僕が幼稚園へ行く途中に、道を掃除しているお婆さんが 1 人いたんです。子供たちはみんな、その人を怖がった。でも僕はその人と仲良くなった。昔は変な人、今だと徘徊老人などがいるのでしょうか、そういう人が道を掃除しているんです。原宿の駅でも傘売りの黒人のおじさんや、ほうきで道を掃除しているホームレスがいる。そういう人が昔はよくいたんですが、そういう人がいるのが居心地がいいというか、いいな、ホッとする。一服するというのがと同じで、たばこには悪い部分はあるかもしれないけれども、「ちょっと一服」という概念は、一杯お茶を飲むというのと同じで、それがあるいいカフェと。西荻にもロックカフェや骨董カフェなど、いっぱいあるかどうかはわからないですけど。

三浦 いっぱいあります。

黒崎 そうすると、骨董屋といっても別に何も買わないけど、それをネタにしゃべる。インスピレーションはほとんど会話から生まれると思うのです。たぶん大企業でやられている会議はインスピレーションも何もなく、どういうところで、どのように導いて、全会一致で出すための会議だと思うんです。しかし、知恵を出し合うというのは、inspiration comes from conversation というぐらいで、インスピレーションは、会話の中で「おっ、それ、おもしろいじゃない」と。そういう議論をする。たとえフリーの会議がいっぱいあろうとも、インスピレーションを受け入れる下地がないような会議があったら、それは何の意味もないのではないかと。

僕の友達にすごく有名な物理学者がいますが、その人はホーキンスと話をしにわざわざ行った。何を話すかということ、会話をやる。そのときのインスピレーションで、すごくわかっている人にはインスピレーションがある。そういう会議をするのが最高の知的なレベルの会話だと。そういうものなのかと。しかし、日本の会社で行われている会議は、ほとんどそうではない。学校にあるのも、決められたことをどう教えるかということだと思います。

farmer's market



Farmer's Market も国連大学の元学長とその夫人が、「日本には Farmer's Market にいいものがない」というところから、「それだったら」と言って、この前でやるようにしたんです。そうしたら今、年間 100 万人ぐらいで、今日も外を見てくださるとわかると思います。



UNU

若者たちも別に農家の息子たちではないのですが、農業に興味があったりして、そこで農業カルチャーをということです。NPO 法人だから利益が出たら全部還元しなければいけない。そして「野が良い」と書いて野良、野良仕事、野良着、いいんじゃないかということから『NORAH』という本を出しています。そこに若者たちが集まって、こういうことをやって、ファーマーがファッションブルであるという感じに今持っている。結局、カッコいいじゃないかと。



例えばヨーロッパでもアメリカでも、農園を郊外に持っていて、都心で生活して、お金もうけをしたらランチ (ranch、牧場) を買ったりする。前のアメリカ大統領もランチを持って、そこは人に任せて農業経営をしたりする。イギリスなどでも、お城を持って、農園があつて、タウンハウスとしてロンドンにマンションなどを持っていたりする。そういう人が社会を引っ張っていたところが結構あつたので、日本もそういう方向になればいいのではないかと。それを感覚の点で、経済的な数字や経済レベルではなく、食べ物とオーガニックフード。



僕はもともとデザインの方向から来たのですが、今の時代にこういう農業的なライフスタイルのデザインのような状況をつくることを一生懸命やろうとしているところです。それが結構おもしろくて、若者たちも新しい感覚で、建築をやっていたけれども農園をやったり。20 代にそういう若い子が結構いるでしょう。ああいう子たちは何なのだろう。

そうすると、今まで世間で言われている「ぼろ家」を、見ど

ころによって結構いいと思えるかどうかポイントで、新しいものがとにかくいいのだ、きちんと建てたマンションや団地がいいのだというけれども、今は都心のマンションも売れなくなっている。それこそ地方にいっぱい、いい古家があるんです。だいたいそこにはおじいさん、おばあさんが住んでいて、冬は寒いというので、とっとと壊してしまうわけです。友達が解体をやっているのですが、ただでもいから解体してくれというところがいっぱいあるらしいです。そこをきれいにしたりする。戦後70年になる間に高度成長期があって、団地の世代が建物をどんどん建てればよいということがあったのを、ちょっと一服して、考え直して、基本的にrethinkしようということです。



この若者は下 (Farmer's Market) でやっている花屋さんですが、親に言われてわざわざボストン大学が何かかに行って、帰ってきたけれども、結局、農園と花屋をやりたいというので、花屋をやっています。そういう人たちが実際に花屋をやって生計を立てられるかという、Farmer's Market だと安く場所を貸しているの、やれなくはないということで成り立つ。



働き方というのが一番大きくて、実際にあれだけ就活をして、スーツを着て、どこかのメンバーになってということでは、本当に優秀な人はそれでは飽き足らなくて辞めてしまう。あるいはそこに行かないで、最初から大学を中退してしまったり、ろくに大学にも入れなかったりという人と、その両極端に結構おもしろい人があると思うんです。真ん中の、特別勉強もできないけれども、まあまあ普通に勉強した人たちというのは普通に

サラリーマンになっていると思うので、それは僕としては一番つまらない人間です。すごく賢いか、すごく外れているかの中の人に結構おもしろい人がいる。そういう人たちを集めて、いろいろなことをしています。

246 COMMON



246COMMON というのもつくっています。UR の空き地をお金を出して借りて、屋台村のようなものをやっています。それも1年半で終わったので、今度はまたその場所を、COMMUNE246 として11月下旬オープン予定です。こうやって外国人がすごくいっぱい来るんです。



いろいろな食べ物があって、こういうぼろ家をつくって、それがカッコいい。ブルックリンやポートランドの古い、汚い建物をちょっときれいにしたりとか、農業と近かったり。いわゆるアメリカでいうヒッピーカルチャーですね。日本で言ったら、

こういう農民の文化のようなものをうまく持って行って、今の時代に合わせていく。



これも九州のお百姓さんの息子で、東京の大学に来て、就職しないでこういうことをやり始めたら、結構うまくいったという例です。



どう見てもぼろ家だけど、でもかっこよく、デザインとかがわかっていて、ある程度きちんとやってきている。そういうものをいっぱいつくっていいこと。



これはパン屋さんです。そういうものをいっぱいつくりました。これも裏路地みたいなものを作って、1軒当たり30万ぐらいで、解体した、ただの木を集めて作ったんです。



これはコーヒー屋さんです。一つあるのは、コーヒー屋さんも、今はクラフトコーヒーなどがすごく人気ですが、それをやっている人に聞いたら、結局コーヒーの入れ方をみんなすぐ勉強したがる。どこから仕入れるとか、そんなことばかりやるけれども、本当に知らなければいけないのは、コーヒーの味のよしあしがわかるかどうかだというわけです。そうすると、おいしいコーヒーが昔から好きで、それこそサボってはコーヒーを飲んでいたり、どこのコーヒーはおいしいとか、味の違いがわかるかどうかというのがすごく大きい。それがわからないと、とかく日本の勉強だと何年修行して、入れ方はどうで、どこのレシピでどうしようということだけを考えていくと、その延長上には本当においしいコーヒー屋さんや、成功するコーヒー屋さんさえもできないといわれています。そういうものなのかと思いました。



最後にこの話をします。ポートランドにナイフをいっぱい集めている若者がいて、それが高じてナイフ屋さんを始めた。それがクラフトマンというか、工房のようなものを作って、新しくナイフを作っていた。「どこかへ修行に行ったの？」と聞いたら、彼が言ったのは「YouTubeでみんな勉強した」。それは新しいクラフトマンだと僕は思った。ポートランドなんかでは、とにかく自分が古いものが好きで、いっぱい集めて、何百本も

何千本も持っていて、どのナイフがいいかがよくわかった上で、技術はどうなのかといえば、そんな古くからのナイフを作っているところはどこにもない。YouTube で海外のものなどを見ながら、それをまねして作っていき、技術を磨き上げて、自分で古くからある、伝統的なナイフを作るような工房をつくった。

今、陶芸にしろ、漆にしろ、お茶にしろ、日本には古くからいる職人さんが残っているので、若い人はそういう人たちから習うけれども、それを使った、新しいこういうところでの生活がわかっていることが一番大切なのではないか。技術ばかりを修行してというのものもあるかもしれないけれども、どちらかというとそれを使った生活を見据えている人のほうが必要なのではないかと、僕は今思いました。



伊藤 ありがとうございます。私の感想ですが、私はまちがすごく好きで、自分のトレーニングのために年間新たに20都市を目指して、国内外でいろいろなまちへ行っています。例えば三浦さんに見せていただいた焼き鳥屋の風景や、ヨーロッパに行くときと広場で延々と新聞を読んでいる人がいる。黒崎さんにご紹介いただいた Farmer's Market も、ポートランドでもミネアポリスでも見ましたが、いろいろなところにあると思います。そういうものを見ると走り出したくなるぐらい、楽しい気分になります。ですから、その辺は共有しているということで、今ほっとしました。うれしく思っています。

黒崎さんのおっしゃった、掃除しているおばさんの話はよく分かります。まちにはいろいろな人がいて、その中にはキャラの立った人がいたりする。そういう人の存在がまちらしさを感じさせたり。

私は、都市の本質は交流だと思っています。全然異なる人たちが出会って知恵を交換したり、情報を交換したり、分業したりしながらイノベーションが生まれてくる場が都市。それがフィジカルに立ち現れているのが公共空間ではないかと思います。今お二人にご紹介いただいた居心地のよい場所というのは、実はそういう人が会って、何か生まれる場所でもあるという感じがしました。

今日、私はここに来るのに銀座線に乗ってきました。銀座線の中に70代ぐらいの方が座っていて、その前に大学生の男性3

人組が立ちました。急にそのおじいさんが「どこの学校？ そのネクタイは見たことがある」と話しかけた。どうも早稲田の学生さんで、そのおじいさんは明治の出身だということですが、「これからラグビーの試合なんです」という話をされていた。そういうシーンは最近日本ではあまり見かけないですが、年齢が異なるとか、日本ではそこまで差はないですが、アメリカなどに行くときかなり社会的な階層が違っていきそうな人たちが、意外と公共空間で言葉を交わしていたりすることが見られるので、そうした多様性についてもお聞きしたいと思いました。

黒崎さんは今いろいろな取り組みについてご紹介くださったのですが、消費についても黒崎さんが仕掛け人だとすると、三浦さんはどちらかというと消費者側から見られているかと思えますので、黒崎さんの取り組みなどについて、三浦さんのご意見を伺えればと思います。

三浦 桃三小学校の隣に僕の事務所があるのですが、まさか黒崎さんの母校とは思いませんでした。吉祥寺と西荻を比較したときに、どちらがにぎわっていますかと言えば、普通は吉祥寺と答えますよね。人の量が、20倍、30倍違うと思えるくらい。特に日曜日は違うと思います。

ただ、適度にぎわいというのがあって、今、伊藤さんがおっしゃったような、誰か知り合いと出会う、今度こういうことをしようと話したりする機会は、圧倒的に西荻が多いです。吉祥寺にも6年間、僕の事務所があって、西荻に来てから8年ですが、圧倒的に西荻のほうが知り合いと会うんです。

それはなぜかと言うと、一つは、そのお店をやっている人がアルバイトではない。自分でやっている。かつ、実際にその近くに住んでいるんですね。だから24時間、毎日お店にいたり、プライベートでぶらぶらしていたりする。私もそうなので当然出会う。かつ、あまり過密ではないので、知り合いが歩いていけば、ふと見つけやすいのです。あまり雑踏だと、たとえ見つけても声はかけにくいけれども、声もかけやすい。先ほど黒崎さんもおっしゃったように人が集まって、ちょっとお茶しながら「それ、いいね」みたいなチャンスは、意外に吉祥寺にはないと思っています。きちんと連絡して会うことは、もちろんどこでもできますが、ふと出会うということが難しいです。僕は6年間いたけれども、顔見知りができしたのはハモニカ横丁の手塚さんだけで、あの人はいつも同じ格好で歩いているから、毎週1回ぐらい、「またいるな」と思っていました。やはり働いている人がアルバイトで、週3回だけ夜来ているとか、必ずしもまちに深く関与していないので、本当のそのまちの知り合いにはならないと思います。

そこが「にぎわい」という言葉が誤解されているところで、人が多ければいいってものじゃない。会議ではなく会話が大事という話ともつながりますが、やはりふと出会うと楽しく会話して、そこからインスピレーションが得られるプレイスという

のが、僕のような仕事にとっても非常に大事なのです。

この後を黒崎さんがうまくつないでくれると思いますが、これは働き方の問題と絡んでいる。そこに住んで、そこで自分でお店をやっている場合と、どこか別のところに住んでいて、そこに勤めに来て、ただ雇われているというのでは、まちへの関与の仕方、愛し方というか、あるいは自分の居場所を見つけるチャンスも全然違うと思います。だから僕はまちとかプレイスをつくっていくには、働き方を変えないとだめだと思います。おそらく黒崎さんは、きっとそういうことを考えておられると思うんですね。

IDEE は、十数年前は世田谷に本社というか工房があって、そこで「ホームレス」というイベントをやったことがある。家具屋なのにホームレスとは変だなと思って見に行ったら、結構おもしろかった。おそらく家具屋だから、新築マンションがいっぱい建ったほうがいいのかというと、そういう発想ではなくて、少し斜めに世の中に切り込んでいるというのが、黒崎さんの活動に対する私の見方です。その斜めがいつしか、だんだんと主流になる。あるいは主流に影響を与える。常にそういう流れを黒崎さんはつくってきているのです。

私は、そういう新しい、広がってほしい流れを見つけて、広めていくのが私の仕事だと思っていて、黒崎さんやR不動産の馬場君、もちろん伊藤さんとか、渡さんもそうですが、おもしろい人と出会えるチャンス、出会える場所というのが一番大事だと思います。



先ほどの高円寺などもフリーターやフリーランスの人が多いので、ああやって飲みながら仕事を融通し合ったりするんです。だから、まち全体が大きなシェアハウスのようになっている。焼き鳥屋がリビングルームのようになっていて、イラストレーターがデザインの仕事を頼まれたんだけど誰かやらないかなと言うと、隣にデザイナーが座っていたというように、まち全体が職安のように機能できている。そういうのも、すごくいい場所のあるまちだと言えます。

伊藤 ありがとうございます。三浦さんからの振りがあったので、黒崎さん、働き方ということについて。

黒崎 今、若者たちが就活でどういうところに勤めたいかという、みんな黒かグレーのスーツを着て就職活動をする。それも、最近では50も100も受けるわけでしょう。落ちるやつは片っ端から落ちるし、入るやつは入る。そこで企業は何を求めているかという、要するに明るくて、ポジティブで、何でもはきはきと情報を回す、そういうことでそろえている。本人もそこに合わせて働くということだけでも、そもそも働くとは何なのか。「生業（なりわい）」という言葉がありますが、生業を立てるといっても、江戸時代には株式会社は一個もないわけだし、株式会社のどこかに社員というポジションを得ることが唯一絶対の働き方みたいな感じですが、そうではない。

midori.so



これは渋谷区青葉台にあるみどり荘で、僕たちが勝手につ

けたんですが、ここに変人の大家がいる。さる一番難易度の高い高校を出て、難易度の高い大学を出たオーナーなんだけれども、あまりにも変人すぎて、誰も住む人がいなかった。そこを全部借りて、若者たちを集めて仕事をするシェアオフィスというか、工房だとか、それでクリエイティブな人たちを集めよう。こうやってみんなで作って、古い団地ではないけれども、ああいうものを直すのと同じで、それを自分たちでやったわけです。



これがきれいになった中です。みんなが集まって、こうやって働いて、ギャラリーがあって、ラウンジがあって、いろいろな展覧会があったりという状況です。そこが超満員になって、そんなに高く取っているわけではないけれども、それでもたくさん人が来るから経済的にも成り立つことができた。やはりそういう場所が必要ではないか。

外国人にとって、日本はオフィスを借りることも住むことも、すごく難しいです。在日韓国人でなくて、普通のヨーロッパの人、アメリカの人でもすごく大変みたいです。差別というか、少し難易度が高いことなので、不動産契約ではなくて、スポーツジムのメンバーのようにワークスペースのメンバーという感じでやっていく。あまりルールはないですが、そういう居場所を作った。



これは屋上でやっているランチ会で、誰が払うというわけでもなく、何となくみんなでやっている。渋谷駅から歩いて5分ぐらいのところにあるビルですが、こんな感じになってきてい

る。

CONTEMPORARY DESIGN LOVERS



25

これはギャラリーで、スウェーデンのアーティストやデザイナーの展覧会をやったのですが、廃墟のようなところがこういう状況になる。そのように作れたということは、自分としてはすごくうれしいわけです。それぞれが有名なアーティストになったり、ここで出してからスタートして、ロンドンのギャラリーでうまくやったりとか。

MANA MORIMOTO



これは日本人のデザイナーが作って、展覧会をそこでやっている。そこでやはりアートやデザインを少しずつ広めていくような動きをしています。

GIN HASEGAWA



これは芸大を出たで、それこそホームレスのようにしている女の子の作品展です。ここにある材料は全部拾ってきたものでやっているのですが、ちゃんとしたアートとしての形を考え

ている。それも今度ベルリンで展覧会をやったり、有名になってきている。そういう人がふっと集まる感覚が、ああいうところにある。そういうものを作っているのが僕はうれしいです。

midori.so 2
Coming soon!...

日本の国は今、戦後70年で繁栄してきたけれども、ここで経済的な数字とかどこに勤めているとか、言葉で言えないようなものをどう追求していくかを仕事にしていく。いわゆるクリエイティブな仕事というのは、そういうことではないか。デザイナーや建築家、ミュージシャンとか、そういうポジションとしての職種でクリエイティブとか、クリエイティブではないと分けるのではなくて、どんな仕事でもクリエイティブなことができるのではないかと思います。

先ほど吉祥寺と西荻の話をしていっしょにしましたが、西荻は昔から住宅地で、吉祥寺ほど地価が上がっていない。昔から住んでいるとどんどん売って、新しくビルが建つというのが吉祥寺だと思います。

原宿などでも、これだけいろいろな人が替わっていても、駅前で傘を売っている黒人のおじさんと仲良くなっている話してみたり、その人たちが行く飲み屋へ行くと、それはそれでまたいいものがあるわけです。

世界中のホームレスではないけれども、そのようにして居心地のいい空間を求めて、おいしいところを求めて、ぼろ家でもきれいに住んでいる人に僕は今一番興味があって、そういう人たちを支えたいと思うし、落ちこぼれのような人でも本当に頭のいい人がいっぱいいるので、そういう人たちの働く場所を作っていくところから少し考え直してみるのが、今の日本が行き詰まっているところでヒントになるのではないかと思います。

伊藤 ありがとうございます。業種の話ではなくて、クリエイティブに働くことがクリエイティブであるというお話でした。先ほど三浦さんもおっしゃっていた、そこに雇われているのではなく、自分でそのお店をやっているから、そのまちに関与している実感があるということも、たぶん関係していると思います。自分の手で環境を作るとか、創意工夫するとか、そういうことなのかと思います。



少し私の話をさせていただくと、私は「東京ピクニッククラブ」という活動をしています。世界のいろいろな都市でピクニックを通して公共空間をもっと楽しく使いこなしてもらおうプロジェクトを行っています。これはシンガポールとニューカッスルゲイツヘッドでやったときの写真です。

東京ピクニッククラブというのは、いろいろなクリエイターの集まりです。自分たちでもピクニックをしますが、こうしたイベントもやっています。





ピクニックイベントの何がいいか、どういう意義があると思
ってやっているかという点、一般にイベントというのは、誰か
がお膳立てをしてくれて、それを消費しに行くというタイプの
ものが非常に多いです。ピクニックの場合は、参加者それぞれ
が能動的につくっていかないとけないイベントです。どんな
食事を持っていくのか、どういうラグを敷いて、どういう器で食
事するのか。誰と行って、どんな場所を選び、そこで何をす
るのか。そういったことをひとりひとりが工夫して楽しむわけ
です。



私たちがピクニックのプロジェクトをやっているのは、その1
回のピクニック体験を通して、自分の家の中だけでなく、公共
空間での居心地の良さも自分の手で変えていけるとか、パブリ
ックライフを自分で創造していけるとか、そういう実感を持っ
てもらいたいからです。そして今度は楽しみながら自分たちで
どんどんやってもらえると良いなと思っています。創意工夫で
きる人が増えることで、まちが変わると思うからです。

去年ライブチヒに行きました。ライブチヒは旧東ドイツで、
一時期ものすごく空き家、空き地が増えてどうしようもなくな
った。市役所に頼ってはいだめだということで、自分たちで
小屋をつくったり、ピザ釜をつくったりして、どんどん庭にし
ていき、豚を飼おうとか、野菜を作ろうとか、遊具を自分たち
で作ろうというようにやっていき、お庭にしているのです。ド
イツの人は手が動くんですね。

自分の手で環境を変えていけるという実感をなかなか持た

いことが多いと思いますが、三浦さんや黒崎さんのお話を伺っ
ていくと、少しずつ変わってきているのではないかという感じ
がしました。何に快感を感じるかという価値観の問題だと思う
のですが。消費といっても、物を買って所有するという快感だ
けでなく、例えば自分がまちに多少なりとも寄与しているとか、
自分でした何か巡り巡ってこの場所をよくしているとか、そ
うした実感が持てるということにも快感を感じるようになって
きているのではないかと感じています。

もう一つ、私の話をさせていただくと、シビックプライド研
究会という研究会を立ち上げて、2008年に『シビックプライド』
という本を出版しました。シビックプライドというのは、都市
に対する市民の誇りのことです。郷土愛に似ているのですが、
少しニュアンスが違って、この場所をよりよい場所にする
ために自分自身に関わっているという、ある種の当事者意識に
基づく自負心と定義できるかと思っています。

三浦さんや黒崎さんのお話と併せて考えると、自分がここ
に活動していることは、全然意味のないことではなくて、そ
の周辺の場所を何となく居心地のいい場所にしていたりとか、
もっと考えると地球環境に寄与しているかもしれない。そう
いう何かにつながって、自分が能動的に動いていることの意味
を感じられる快感があるのではないかと考えたのです。その辺の
価値観が変わってきているのではないかと感じたのですが、そ
れについて三浦さんと黒崎さんからお伺いできればと思います。

三浦 たしかに価値観は変わってきていると思いますが、変
わっていない人もいっぱいいるんですね。やはり新築マンショ
ンが好きとか。ただ、今は、敏感な人が消費よりも、消費では
ない何かに対して動く時代になったという点が昔と違うと思
います。

常にいつの時代でも、その時代の新しい価値観に敏感な人が
いて、30年前だったら渋谷公園通りのパルコで買い物をして
いたかもしれない人、コムデギャルソンを着ていた人が、今だと
渋谷にも公園通りにもコムデギャルソンにも行かなくて、下町
に住んだり、地方暮らしを始めたりしているかもしれない。新
しいものよりも古いものに魅力を感じるようになったり、受け
身で消費するより、能動的に何かをつくり出すことに関心が向
かっている。

僕が次に書きたいと思っている本は『拾う技術』なんです。
人々がどんどん消費しなくなってもう捨てるものもなくなって
いくと、必要なものを買うのではなくて拾って集める時代が来
るんじゃないかと思っています。

今、工夫とおっしゃったので思い出したのですが、2年か3年
前に有名な、テレビドラマをつくっている堤幸彦監督と対談し
ました。彼はいつも非常に売れ筋の映画を作るのですが、自分
でホームレスの映画を作ったんです。白黒映画の『MY HOUSE』
というタイトルです。ホームレスが主人公で、ラブホテルの裏

で空き缶を拾っていると、ラブホテルの支配人に呼び止められて、それこそ「ちょっと一服しようよ」ということで話をします。

「君、ここで働かない？」とラブホテルの人に言われたら、ホームレスは「嫌だ」と言うんです。どうして嫌かという、今の暮らしは工夫ができる。要するに空き缶を別のものに使ったり、もちろん売ってお金にしたり。捨てられたものでも、自分の生活に必要な、別の用途で使ってみたり、そういう工夫ができると言ったのが、僕はその映画の一番いい場面だと思っています。

私も、消費をどんどんしてくださいという仕事を30年前はやっていたけれども、明らかに10年後にすごい消費不況が来ると思いますね。今もそうなんだけれども、もっと来るという予感がします。物が要らなくなるというか、買わなくなる。ずっと買っていた人も、もう要らなくなる。

今は断捨離ブームと言われて、『「捨てる！」技術』という本が10年ぐらい前に売れましたが、あれを書いたのはパルコの僕の後輩です。だから僕は次に『捨てる技術』を書きたい。もう捨てるものもない。捨てる自分の生活で、別のことで使うとか。実際にこの2年ぐらい、僕は実践しているのですが、西荻は結構お金持ちも多いから、まだ全然使えるビタクラフトの鍋が捨ててあるんですよ。ちょっと焦げているけれども、拾っていると、また後ろから捨てて来た主婦に白い目で見られたりして、ホームレスの気分を味わって、それが面白かったです。そうやって集めていると、もちろん鍋は鍋として使ってもいいし、木の箱はCDケースにいいじゃないかとかって集めて、いろいろ楽しんでいます。そういう世界に消費者がだんだん行くのではないか。

お仕着せのもので、お金を出して楽しむだけのところから、まさに rethink して、捨ったものを別の用途で使ってみたり、もちろん飾るだけだったりする。日本人にはそういう能力があると思うんです。わび、さびの見立てる能力があると思うので、新しいものだけが美しい時代から、古いからこそ美的だったり、味があったり、楽しかったりする。そういう方向に行くような気がしています。

伊藤 今、表の Farmer's Market を見ている、かなりお客さんがいらっしゃっています。こうした消費者の動きに黒崎さんは価値観が変わってきている感じはされますか。

黒崎 そうですね。価値観というのは、いつも、永遠に変わりに続けていると思うんです。商業的には全然だめで、広告宣伝していても何も物が売れないというけれども、例えば Farmer's market どの農家の人がどういう状況で、どういう野菜を作って、今度はどういう料理を1週間後にここで出しますとって Facebook にパッと出したら、3時間でその前売りチケット3000円が50枚全部売れたとか。そういうことが今の時代にパッと起

きるわけです。それはそれで、そういう本物をきちんと見ている人は、すごくいっぱいいると思うんです。

だから、新しくペラペラな建築は小ざれいだけれども、昔いい建物で生活したり、そういうものを見たりしている人にとっては、どこか違うと思えなければおかしいと思います。それは本物を見ていないからだだと思います。それは別に古かろうが、新しかろうが、本物は本物だと思うんです。そういうものを見分ける力というのが、まだ残っているとは思いますが、どんどん薄れてきているのではないかと。

そうすると、安く商業主義的に造ったマンションがあったとしたら、そこで生活することよりも、本当に昔造った、壁が厚くてきちんとしたつくりの建物が、今はぼろぼろだけれども、よく見るとそこをきれいにしたら、はるかにその空間のほうに本物があるというように思えるかどうかだと思います。

僕はなぜこういう道になったかといえば、学生時代に目指している就職をして、どういふふうにして、どうなっていくかというのを見ていると、その行き着く先はどう見てもうらやましい生活をしていない。それよりぐるぐる世界中を回り、ヒッピーみたいな人に出会うと、地方でお金はないかもしれないけれども、うらやましいという生活はいっぱいある。

そういうものが集まれるような場所が東京にいっぱいあればいいのではないかと。そういう視点で見ると、原宿や青山でも結構そういう人もいて、先ほど言ったようにみ出していたり、世の中から落ちこぼれていたとか、そういう人がコーヒー屋さんをやっていたりする。あまりお金は持っていないけれども、本当にいい人がいたりとか、そういうことは残っていると思うんです。それに注意して行って、そちらのほうにより重きを置いていけば、どんどん変わってくる状況になると思います。ただ、それはある程度仕組んでいかなくてははいけない。時代がどうなっているかを見ていかないと、やはり大きくは変わらないと思います。

農業をする若者がいないけれども、例えば地方に古い農家がある。そこは見ると汚らしいし、趣味が悪いけれども、それを全部どけてきれいにすれば、すごくいい家はあるわけです。ただそこにいる農家の人にセンスがないのか、デザインセンスがないのかわかりませんが、何代か続いているから、何か継ぎ足して新しいものになっている。でもそこをきちんとして、きれいにすれば、ものすごく豊かな空間ができて、豊かなライフスタイルもできる。生活としても、現金収入は少ないかもしれないけれども、豊かな生活ができるというのをきちんと見せてあげればいいのではないかと。Farmer's Market をやって、古い、解体しそうな農家を買って、そこをきれいにしたりとか。



例えば小松に苔庭がありますが、自然の苔庭はものすごくきれいなわけです。京都の作られた苔庭ではなく、杉畑のところにあるものはものすごくきれいです。そういうところで苔の盆栽を作ったり、何かしていく。そこにある古民家を今、改修しています。最高に贅沢な空間ができます。食べ物もおいしい、材料もいい。ただ、きちんとした料理で、本当においしいもの、本当に高いところをやっている、それと同じレベルをはるかに安い値段で、下手したら、もっといいものができるという感覚がわかぬまいいのではないかと思います。

だから、本当にいいものを知っていることは大切だと思います。それをひっくり返して、全然安い値段で作ったり、今まで捨てられているようなものの中から拾い出して、それを変えていくことで獲得することができるのではないかと。そういう点では今ほどチャンス時代はないと思います。すごくいっぱい、いろいろなチャンスがあると思うんです。そう見ていくと、改良する余地があるとか、人が捨てたものをどう拾っていくかということとまさにつながってくる。どう拾うか、どう化けさせるか、どう変えていくかということは、視点がきちんと定まっていれば、今ほどチャンスがあることはない。そういう方向に世の中の注意が向かうと、日本全体にいろいろいいことがいっぱい出てくると思うんです。ただ、今は逆方向に来ているようなところがあるので、それをひっくり返す例をつくってきたい。それが僕のやりたいことです。

伊藤 ありがとうございます。出店される方とか、いろいろなおもしろい人を探してこられていると思うのですが、見つけてくるコツはあるんですか。

黒崎 それは寄ってくるんです。(笑) 類は友を呼ぶというか、変な人が変な人のところに来るといえるか、そういうことはあると思います。そういう匂いをかぐとか、お互いに変な人同士が集まって、それでいいことをしようということです。

伊藤 なるほど。そういう人たちが増えてきている一方で、社会としては逆を向いているのではないかと。安くてペラペラなもので十分満足という人も増えている。「流行らせる」というのは言い方が悪いですが、お手本として、「こんなにいいですよ」というのを見せていくのが、一番近道なのでしょうか。

黒崎 僕はそれしか知らないんで、そのようにして自分なりにいいなと思うことを、嘘をつかないでやっていったら、人が来るのではないかと思います。

伊藤 なるほど。私はピクニックというのは人が会う場だと思っているのですが、東京でピクニックをやろうと思うと、自由にかつよくできる場所がなかなかなかったんです。12年前に始めたのですが、最初は都市の緑地を開放せよみたいなピクニックライトというのを主張しました。ピクニックライトというのは、ピクニックをする権利は都市に住む者の基本的人権だと思っているので、それを主張していました。ただ、なかなか変わらないので、だったらピクニックが好きな人を増やしたほうが早いと思って、それで両側からアプローチするようになりました。

12年前に始めたときに、私たちがピクニックと言うと「はあ？ピクニックですか？」と言われていたのが、今は普通に「ピクニック、いいですよ」と言う人が増えて、「私もやりたいです」とか「やっています」とか、12年前の状況から考えると、実はピクニシエンヌとしては、隔世の感があるんです。(笑)

黒崎さんが、みんながうらやましがらうような状況をつくって、「それ、いいな」と思わせる人を増やしているというのは共感するところなんです。東京ピクニッククラブでもそうしてきたので。次回の3回目には空間がテーマになります。『状況やアクティビティをデザインする』からそこにどうつながっていくでしょうか。今回は、例えばイベントであったり、暫定利用であったり、一時的な動きをつくっているものが比較的多い。そうした一時的な動きによって、例えば Farmer's Market も今日は大勢の人がいらしている。ただ、平日何もやっていないときは、閑散としています。やっていけば人が来るし、やっていなければ人が来ない。246COMMON も、やっていたときは人が大勢いたけれども、今は訪れる人は少ない。

このようにアクティビティについては、やっている間は機能するけれども、なくなるとそれで終わりなのではないでしょうか。それともそうしたアクティビティを通して、何か都市の恒常的な空間につながっていくとお考えですか。

黒崎 何があるかというコンテンツが大切に、情報をどう流すかというのが今までずっと盛んでした。どのようにして情報を知らせればいいのか。いっぱい情報が得られれば、人が集まるかのように思われていたけれども、そこで真実というか、コンテンツがきちんとないと何も無い。

ピクニックも誰がどういうものを出して、テーマはなくても、誰と誰が集まって、どんな料理をどんなセッティングで。本当に食器から何から、限られたものだけでも、そこで趣味性というのが出るわけです。そうするとお茶会ではないけれども、どんな器だとか、花をどうするかとか。どんな食べ物を出すか、どんなテント、パラソル、敷くものにするかわからないけれども、そういうことで趣味が合って、誰が集まるという、そのコンテンツだけじゃないですか。そういう、ピクニックと同じようなものだと思います。

そして終わりがある。短期間で雨が降るし、状況としては悪い、それでもやる。あの人が来るからというので、わざわざ雨の日でも買いに来る人もいるわけです。その農家の人が出してくる、何々を取ってきたものをいつ並べるとなると、それを送る。今、情報はほとんどただ同然でいろいろ広めることができるから、おもしろいことをやって、おいしいものがあつたりすれば、そこに人が集まってくるのは確かです。それには側（がわ）がどうだとか、安いものでも趣味というのがある程度はあると思うんですが、そこだと思います。それが高ければいいとか、そういうものでもないと思うし、有名な人が建築したからどうだというものでもないと思います。

そういうコンテンツと、それをどう認識させるか、実存というものをつかめていくかということが大切なのではないか。状況をデザインするというのは、そこである種、美意識を持って、ただプロデュースするだけではなくて、キュレーションの概念がそこに加わってくるのではないかと思います。

伊藤 ありがとうございます。三浦さん、自分で工夫しているとか、拾ってやっていこうとか、そういった動きが都市のハードに落とし込まれてくるということは考えられますか。

三浦 僕自身は、お店をやっているわけでも事業をやっているわけでもなくて、本を書いて印税と講演料で食っているの、何もできることはないけれども、例えば6、7年前からマイブームになっているのは、「若者にLPで音楽を聴かせる会」です。日頃iPhoneでしか音楽を聴いていない彼らに、LPできちんとしたアンプ、スピーカーを使って聴かせると、みんなすごく感動する

んです。そうやって本物を聴いてもらう。「吹き出物が引つ込んだ」と言う人もいたぐらいで。（笑）本当なんですよ。「さっきまで頭痛かったけど、治った」とか、すごいんです。そうやって本物を聴いてもらう。

それから、若い子は今、食べ物の好き嫌いがすごく多いですが、だいたい居酒屋チェーンで食べているから、ウニはまずいとか嫌いだとか思っている。私がいつも行くような居酒屋でウニを食べば、「こんなにうまいのか」と言って感動するわけです。そういう非常にプライベートなレベルでそういう本物を知ってもらって活動をしているんです。あと、7、8年継続しているもので、「新潟のナスを食う会」というのもやっています。新潟のナスというのは、実は日本一おいしいんです。泉州水ナスよりおいしくて、しかも安いんです。ある店で漬けたものを見つけて、みんなで食べたなら、もう感動してしまって、一人で5個も6個も食べる人がいる。最近はだんだん近所の八百屋でも売られるようになってきたので、今は自分で漬けているんです。そうすると、売っているものは化学調味料の味がして食べないんですよ。私が漬けるようになってから、ますますナスのファンが増えて、毎年夏を楽しみにして集まってきています。

僕がやっているのは、そういうまったくの趣味で、個人的なことですが、そんなことをやっていると、例えば今度吉祥寺にバルコが新しい店を出すらしいけれども、それはLPで音楽を聴くカフェなんです。やはり世の中には、そういう動きがあるなと思います。

プレイスメイキングとか、状況のデザインでもそうですが、デザインする主体は誰かというときに、私は限りなく小さな主体がたくさんいるのが楽しいと思うんです。世の中はグローバル化の時代で、大きな主体が大きな箱をつくって、そこにありきたりのものを詰め込んで、そこから出られないようにして、そこでだけ消費するようなものをいっぱいつくっているじゃないですか。今でも喜んでその箱の中に入っていく人がいるけれども、そういうライフスタイルは私は減ってほしい。本物のLPの音とか、本物のナス、本物のウニを味わってあげれば、減っていくはずですよ。箱のシステムの中では本物は無理なんです。お店が高い家賃を払いながら、本物を出すとなると値段がすごく高くなってしまいます。僕がほぼ地元や下町でしか外食しないのは、不動産分に金を出したくないからです。同じおいしいものを食べるのに、銀座で食べたら1万円、中野で食べたら5,000円なら、中野で食べますからね。そのように、いったい自分が何に金を出しているのかということに対して敏感になるべきかもしれません。逆に、こんなに安いのはなぜなのかと考えたら、怖くて食べない場合もある。なぜこんなに高いのか、それはビルの家賃が入っているからだと思えば、では汚くてうまい店に行ってみようと思うだろう。そういうことを、僕は若い人に一人ずつ伝えていきたいと思っています。

伊藤 ありがとうございます。そうやって少しずつでも本物を知る人が増えてきて、おのずと空間も変わってくるといういいことですね。

三浦 そうですね。

伊藤 黒崎さんは、それをいいお手本を見せることで推進されていると思うんですが、あまりにかっこよくやられるので、場合によっては黒崎さんの思いとは別に、表層的なカッコよさとか、スタイルだけを消費して使い捨てるフォロワーみたいな人が出てきたりしないかと、要らぬ心配をしてしまうのですが。

黒崎 似て非なるものというのがあって、それが流行っているからと Farmer's Market をやったり、僕がやっていることをまねしているけれども、それも含めて、そんなことはまあいいや、いちいち言わないでおこうと。

ただ、最近はお金、金融のことが中心になっていますが、例えば 246COMMON などでは Square という、ツイッターを始めたジャック・ドーシーがやり始めた、金融を簡単にスワイプするものがある。今、電車に乗るのにも、現金を払ってチケットを買う人はいなくなりました。ほとんど数字だけで、Suica とかでやっている。お金自体が数字の概念になってしまっていて、自分が今いくら持っているというのは、情報の一つだと思うんです。実際にお札は使わないでナンバーだけ頭の中に持っているから、金融自体が情報化されている。そのツイッターを始めた人がやり始めて、3年で2兆円ぐらいの規模の金融をやっているわけです。その本社に行くと、金融業なのだけれども、みんな普通のクリエイティブな、要するに T シャツを着ていて、入り口のところにきちんとしたスーツを着た人とガードマンがいるだけです。そこで細かくチェックして登録したら、中は普通のデザイン事務所と同じような感じでやっている。それを見るにつけ、やはり世の中はお金ということをあれほどうるさく考えて、お金中心に生きてきたけれども、変わってはいるなと思います。それから MIT の理数系の者がやり始めたループペイをやっていると、今財産をいくら持っているか、携帯の中に全部メモリーしてあるから、銀行口座にも一切タッチしないで、それだけで支払いが済んだりする。

そのようになっていくと、メディアとしてのお金という形になってくる。お金も、これから飛行機に乗るので、飛行機のチケット代の 10 万円と、10 万円のテーブルと、10 万円の家賃と、どうしてそこに 10 万円という関係があるかなんて、わからないではないですか。何の正当性もないけれども、すべて情報になっているわけでしょう。でもお金は 10 万円なら 10 万円で飛行機にも乗れるし、テーブルも買えるし、家賃を払うこともでき

る。そういうものなので、メディアとしてのお金という形になってくる。ただのメディアに戻ってきていると思います。

その辺から見ると本当の価値、実際にリアルに行われる、実存する価値がすごく大事になってきて、それとの関係だと思う。だから、公団住宅かマンションかわからないけれども、何千万というローンを何十年間払い続けていることに、いったいどういう意味が自分の人生にあるかということを再構築というか。そこでリアルな焼き鳥を食べて、友達とコミュニケーションができるとか、あるいは気が合って一緒に一杯の酒を飲んだりすることのほうが、はるかに重要です。そういうリアルなものと、何万円、何十万円、何百万円の数字との関係が、自分の中でみんなばらばらになってしまっているのではないかと思います。そこで価値をもう一回再構築するというのが、今の社会が直面していることではないかと思います。あまりにもオーバーフローしている価値観で、経済が語られている。

首相も今はアベノミクスとか言っているけれども、前に首相になったときには「美しい日本」とか言っていたじゃないですか。(笑) 美しいということは、政治的にはフックしなかったのだらう。今度はいきなり経済ということで、経済だと少しはフックするんだらう。安倍首相が本当に「美しい日本」を目指しているとしていたら、僕はそれをサポートしたいと思うのですが、今の経済がどうなっているかよくわかりません。

そういうことで、言葉や数字ではないところの本物みたいなものに世の中がシフトしていくし、互換性。1958 年に人工衛星が打ち上げられてから、要するに情報というものをどう扱うかということになってから、Windows のシステムで世界を全部コントロールしようとしたのと、Apple のように個人で情報を発信するようなヒッピーの流れとか、80 年代後半から互換することになった。次の文化的な視点みたいなものが出てきているのではないかと思います。

それが今僕たちが話していたことすべてを含むのではないかとと思うので、そちらの方向にどうにかみんなが気がついていければ、少しずついい方向になるのではないかと僕は希望しています。

伊藤 ありがとうございます。今の互換性というか、Apple の話もありましたが、それは三浦さんが先ほどおっしゃっていたデザインする主体は小さくて無限に、多様にあったほうがいいというお話と同じですね。

黒崎 まったく同じことだと思う。

三浦 先ほどの「野良」という言葉、野が良いというのはおもしろいと思いました。英語にすると field work は野良仕事だと藤森照信さんが言っているんですね。「三浦さんが新しいトレンドを見つけるのは、まちを歩いているからですね」「フィ

ールドワークしているからですね」と人はよく言うけれども、それは野良仕事なんだな（笑）。しかし、なぜ野が良いと書かれていますか。

黒崎 わからないね。僕もそのフィールドワークから、わざとフィールドグッドにして、そしてアウトドアライフとか、そういうものを広めていこうかなと。

三浦 なるほど、だからフィールド・グッドなんだ。

黒崎 アイ・フィール・グッドと同じで、フィール・グッドとフィールド・グッドと。

三浦 全体としては、僕の周りには世の中をいい方向に動かしている人がいっぱいいるので、すごく期待しているし、ポジティブに考えていますが、確かにみんなおいしいものが好きだよ。まずはみんなで食べるのが好きだったり、すごく行動的で日本中いつも飛び回って、おもしろい町や村、おもしろい人に会いに行っている。そして会った場所で一緒に何かやっているとこの共通性はあると思います。

僕は最近腰痛であまり動けないので、下町でホルモンを食うぐらいしか動いていませんが、そう言いながら来月は五島列島へ行こうとか、今ちょっとひまなので、できるだけいろいろ見に行こうと思っています。それはやはり本物と言っていいのかわからないけれども、とにかくリアルな田舎であったり、リアルな島であったり、リアルな海であったり、とれたての魚とか。そういうものを僕もそんなにたくさん見ていないですから、もう一度見て、本当の意味でリフレッシュする機会になるといいなと思っています。

伊藤 ありがとうございます。黒崎さんはいろいろ企んでいるのではないと思うので、これからやりたいことについて教えてください。

黒崎 僕は、都市に冒険があると思うんです。昔、小学校のころはリビングストーンとか、世界中、アフリカへ行ったりとか、冒険したいなと思っていました。年を取って考え見ると、毒蛇も都会にいるじゃないですか。悪い人もめっちゃくちゃいる。それから危険も都市のほうにあると思うので、そこでどう生きるかといったら、冒険は都市にあると思うんです。昔は大自然の中に冒険があつて、そこで颯爽とやっていた。都市だと見えないけれども、何かそういう危険の中でいかに勇敢に戦っていくかみたいな、やはり冒険は都市にあるのだろう。そう思うと、都市の中にいろいろなおもしろいこともある。

逆に地方での生活は、野が良いということで野良仕事、フィールドワーク、フィールドグッド、そしてアウトドアだとか。

そういうことで農作業は植物を相手にした、すごくおしゃれな、豊かな仕事ではないかと思います。日本だと皇室の方がみんな植物だとか、動物だとか。それと同じようなことで、自然を愛して、自然のものを大事にするということが、人間にとって一番優雅な仕事と趣味なのではないかという気がします。農園を持ったり、古い建物をきれいにしたり。そこでどう生活をして、都会と……。

冒険は都市にあり、地方でゆっくりするとか。そういうことでバランスになってくるけれども、今までは逆ではないかと思う。それを実践して、残された人生をやってみようかなと思っています。

伊藤 ありがとうございます。そういう都市での冒険と、田舎でのすごく豊かな時間、本物の実感を持った生活みたいなもの、一人の人が行き来するようなことだと思います。それはたぶん三浦さんのおっしゃっていたフィールドワーク、行って、行動して、出会うこともそうですが、リアルな実空間を実体験することの価値がますます高くなってきている。インターネットが普及して、情報もあふれていて、だいたいどんなことでも疑似体験できるような気がするのですが、実は逆に今になって都市での冒険であるとか、人に会うことがすごく重要になってきている。そのことをみんなが思い始めているのかと思いました。

そういうことでよろしいでしょうか。「いや、違うよ」みたいなものがなければ。

三浦 よろしいんじゃないですか。私は、黒崎さんに比べれば普通のサラリーマン人生も17年間やって、普通に家も買って、ローンも返しました。ですから2人目の子供が大学を出るまでは、普通に稼がないといけないのですが、来年1人目が片付く予定なんです。これはお金的に相当楽ですね。だから、こんなに本を書かなくていいとか、楽しみなんです。

あと、私は出身が新潟で、来年、北陸新幹線が通ると東京から1時間15分で結ばれるようになるので、これは国交省さんの宣伝になってしまうけれども、2拠点居住みたいなことをしようかなとか。あとはおやじが建築好きだったので、実家がすごい家を、といっても外観ではなくて、丈夫な家を木造でつくってしまったんです。おやじは庄屋の出身だったから、庄屋の家を再現したかったんだと思います。普通の2倍のお金をかけて、100年もつ家をつくってしまった。だから、うちの息子が死ぬまで大丈夫なのですが、今は母親が一人で住んでいるので、これをどう活用するか。空き家と言うにはあまりに立派なのですが、持っています。だからAirbnbがいいのか、田舎でカフェでもやるのか。目の前に畑もありますが、どうしようかというのが今後の課題です。皆さんのお知恵を拝借して、ピクニックをやってもいいですし、それを考えるのが今悩ましくも楽しいという状

況です。

伊藤 いいですね。庄屋の使い方を考えるというのは贅沢ですね。

三浦 贅沢ですよ。

伊藤 私は4月に徳島の神山町に行きました。ずいぶん有名になっているのでご存じの方も多いかもしれないですが、人口6500人くらいの過疎の町に移住希望の方が非常に多い。アーテリスト・イン・レジデンスをやったり、起業する方を集めたりしています。私は東京生まれの東京育ちで、こういう状況が当たり前だと思って生きてきました。先ほどの三浦さんのお話とも関係あるかもしれませんが、そこにすごくいい感じのイタリア料理かな、おいしいワインを出してくれるレストランがあって、行くとだいたいおもしろい人がいるんです。東京だとおいしいお店はたくさんあるので、おいしいお店に行っても、おもしろい人に必ず会うわけではない。そこにはレストランが1軒、2軒しかないのに、行くとき必ず、東京の人だけれども東京では会えないような人に神山で会えたりするというのが、小さいことの一つの利点だと思います。

そういう意味で、その2拠点居住ではないですが、みんな移動しながら出会っていくのだと。それが公共空間という、ある一つの決まった場所ではなくて、公共空間的なものが偏在しているというか、そういう感覚がありました。黒崎さんが暫定的に、いろいろな場所を使って立ち現れてくる、公共的な空間なんですかね。

黒崎 旅行していると「居住」と「滞在」という概念がひっくり返ってきてしまい、今は偶然ここに滞在しているだけだと。しょっちゅう旅行して、時差ぼけ状態を一年中続けたりすると、そういう感じになってくる。そうすると「所有すること」と「借りること」は別の次元になってきて、いい空間の中にフッと置くと、ホテルでも自分の部屋のように思えたりとか、そういう状況があります。ピクニックと同じで、そこが自分のリビングルームになり、ダイニングルームになるわけです。そういうことでAirbnbもそうだけれども、「居住」「滞在」あるいは「所有」と「共有」ということもだいぶ変わってくると思います。

伊藤 ありがとうございます。まさにそういう空間とか、空間との関係のあり方というのが、今までの固定的なものとは違うものになってくるということなのだと思います。それがプレイスメイキングのプレイスの意味かと思いますが、黒崎さんがおっしゃったように、これからシステムとしていったん変えていくようなことを、何かやっついていかなくはいけないのかもかもしれません。空間と人の関係の変化をシステムとしてどうつくっ

ていくのかという話は、次回、第3回の座談会でお話しいただけるのではないかと思います。今日はありがとうございました。

(拍手)

第3回座談会

渡 それでは始めたいと思います。今までこの座談会を2回連続で行ってまいりました。³

今日は、出席者全員がアメリカでニューアーバニズムやプレイスメイキングを直接学んだり、体験したり、研究で取り上げたりというメンバーになります。そして、それぞれが大学で教えていますし、実務もしてきたメンバーです。その辺りからのいろいろな知見を、今日は伺えたらと考えています。

では早速ですが、鈴木さんからスライドを基に発表をよろしくお願いします。

鈴木 鈴木です。今日の全体のフレームの整理も含めてお話をしたいと思います。

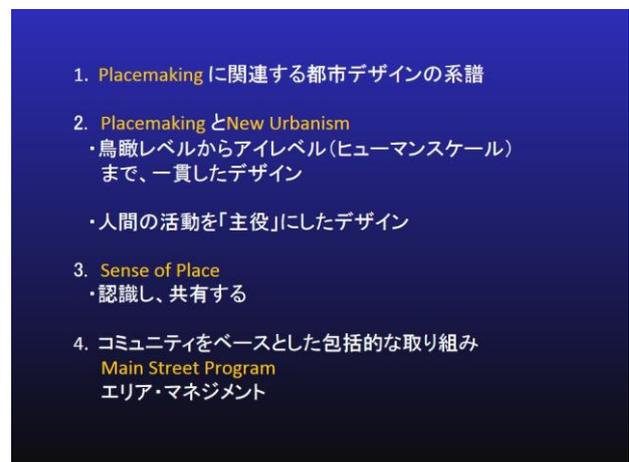


「賑わいや居心地良い空間をデザインする」が、今日のテーマになっており、「プレイスメイキングに関する都市デザインの系譜」として、受付でお配りしたA3判のフローチャートを用意しました。

プレイスメイキングは最近急に出たテーマでは決してありません。相当長い間、いろいろな人が主張し、実践し、一部挫折し、けれども底辺がどんどん広がってきている流れになっています。その起源というか最初の大きなインパクトは1961年のジェイン・ジェイコブズによる「都市を活性化させる4つの原則」です。



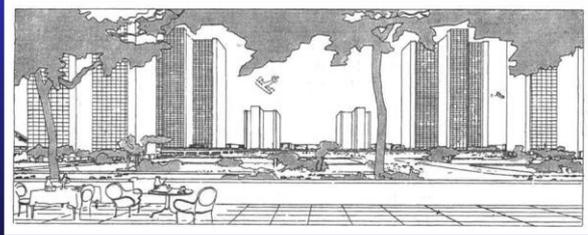
当時、どんどん大規模開発が進み、インフラ整備には社会的な需要もありましたけれども、ともすれば目の前の親密な空間を丁寧にデザインすることが忘れられがちだったときに、ジェ



イン・ジェイコブズが都市の活性化にはそれが大事だとおっしゃった。その流れで、プレイスメイキングやニューアーバニズム、サステイナブルなまちづくりがあると思います。

私がよくキーワードで使う Sense of Place という言葉があります。そのまちらしさ、「吉祥寺らしい」とか「神楽坂らしい」とか「ニューヨークらしい」とか、そういう Sense of Place を大事にしながら、そのまちでどんな人間活動があるのか、それをどうやって増進し継承していくのかという、人間活動を中心にして、それを支える空間デザインにすることが基本的な考え方なのではないかと思います。

³下線部は、(公)都市計画協会発行「新都市」平成27年1月号、2月号に収録予定。



300万人の都市 ル・コルビュジェ (1922)

20世紀の都市再開発や郊外開発のモデルに

これはご存じの方も多いと思いますが、1922年にコルビュジェが出した絵です。極めて近代的な絵で、われわれはこれを見て「当たり前じゃないか」と思います。そんなに不思議な絵ではありません。90年前にこの絵が出て、これは素晴らしいと。スラムや人口の過密などの問題に対応するために広いオープンスペースがあって、太陽がさんさんと当たり、人は車で自由に行き来するという、まさに20世紀都市像を絵に描いたものです。この絵は世界を席卷し、大きなインパクトを与えたものです。日本の都市計画も、こういう空間構成、社会づくりに邁進してきました。

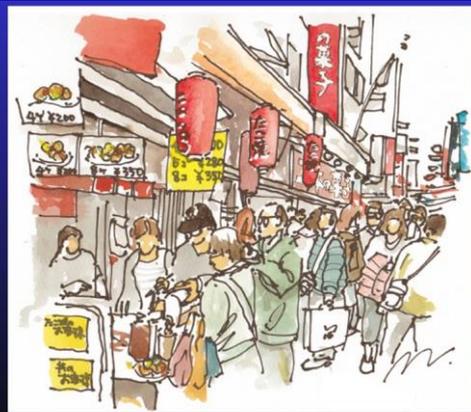
一方で、こういうまちのイメージがあります。歩道があって、



にぎわいと個性のある市街地

沿道に賑わいがあって、カフェがあり、緑があり、1階は店で上の階には人が住んでいます。このようにアイレベル(eye level)の賑わいがある都市と、1つ前のスライドのような都市に、非常に断絶があるのではないか。

開発においてここはどういうゾーン、規模で開発しようという鳥瞰(ちょうかん)図的マスタープランはあっても、そこでのアイレベルの環境やアクティビティは配慮されなかった。機能優先、経済効率優先でまちがどんどんできてきた中で、このような親密なヒューマンスケールの温かみのある空間が大事であり、プレイスメイキングもそれを主張しています。



にぎわいと個性のある市街地

これはアメ横です。ごちゃごちゃとして、「たこ焼き」「○○の菓子」とかありますけれども、こういう場所にわれわれは非常に親密感を感じます。これと近代都市計画の間にギャップがあります。

ニューアーバンイズムという考え方があります。私は、それを推進していたアメリカの事務所にしばらくいました。



New Urbanism の計画例 San Elijo, CA (Calthorpe Associates)

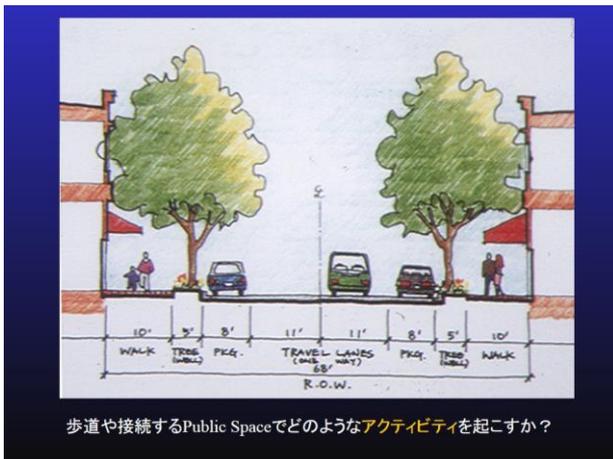
この絵は15~16年前の計画図です。San Elijo(サン・エリホ)というカリフォルニア郊外の新しいまちの計画図、全体のマスタープランになっています。

これは俯瞰的な絵ですが、この中にいろいろ仕掛けと意図があります。ヨーロッパの旧市街のように建物が道に寄り付いて、並木道があります。真ん中の公園は、人々が通りやすいような仕掛けをしています。

ここには公共交通はないので、ここまではみんな車で来ますが、駐車スペースの配置に留意し、車を停めてまちなかを歩くように、車と歩行者の共存を図っています。



このマスタープランを補完するものとして、デザインガイドラインがあります。太線は、この敷地境界に沿って建物をきちんと建て付けなさいという壁面線の位置を指定しています。これによって、ある程度きちんと囲まれた空間ができます。図中の●は出入口の位置を示しています。建物の出入口を必ずここに作りなさいということです。交差点に多くの人が集うようにするとともに、対角に行くには公園を通るのが一番近道になるので、公園を多くの人が通り、休む場になります。人々の行動を無理強いするのではなく、あたかも自然に行動を誘発するような空間デザインを最初から計画しています。

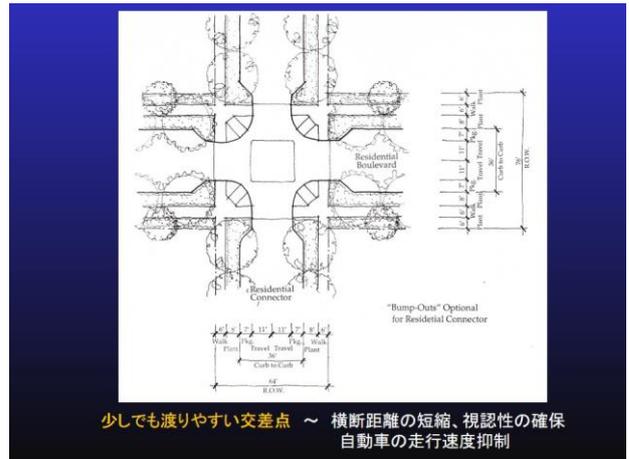


このまちを歩けば、ヨーロッパの中心市街地のように建物が街路にきっちり寄り付いて、ヒューマンスケールで路上にアクティビティがある、そういうことを誘発させたいという強い意思のもとに、こういうマスタープランや道路断面計画ができています。

われわれが普段よく見る、用途別の色分けだけでなく、ここでどのようなアクティビティを起こそうかという、極めて明確な都市デザインの意図があります。

このような取り組みが、これからどんどん必要になってくるのではないかと考えます。そのときに大事なのは道、ストリートです。われわれはどこに行くにしても、必ず道を通っていきます。道からまちを見て「いいまちだ」と思ったり、道でいろいろなことを体験したりして、そのパブリックスペースの豊かさを体験します。道で、どのような活動が起こるのか、あるいは

こういう活動を起こすためには、どういう設えや寸法でなければいけないか、ということを当初から入念に計画します。どのようなアクティビティを起こすかということです。

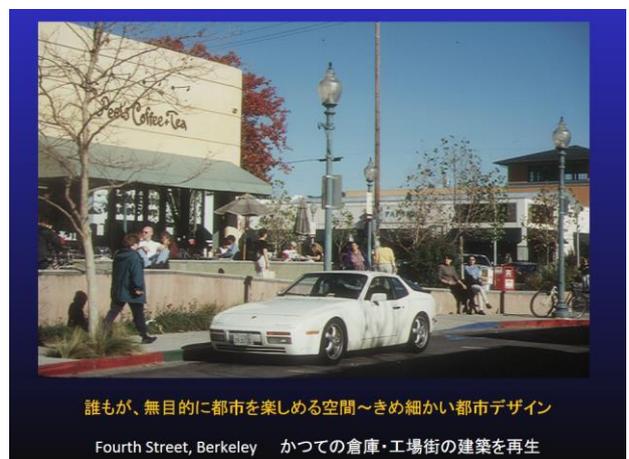


これは交差点です。交差点のところで、歩道のところをぐっとふくらませています。なぜこんなことをやっているかというと、一つは歩行者が車道を横断する距離をなるべく短くして、歩きやすいまちをつくるためです。

縁石をぐっと前に張り出すことによって、自動車の走行速度を落とすことができます。カーブがゆるいと、車はスピードをそんなに落とさなくてもヒュンと回れるのだけれども、ここが狭まっていることによって、交通標識で制限しなくてもゆっくり走らないと回れないような仕掛けになっています。

さらに、スロープを作って、車椅子でも渡れるようになっていきます。このようにさりげない、しかし日本ではなかなかない交差点デザイン一つをとっても、歩きやすいまちにしようという取り組みです。

誰もが無目的に都市を楽しめる空間、それこそがまさにパブリックスペースであり、そうすることがプレイスメイキングであると思います。そうすると、例えば足元はどんな植栽がいいとか、立ち上げ壁に人が座るにはどれくらいの高さがいいかなど、非常にきめ細かいデザインをしています。

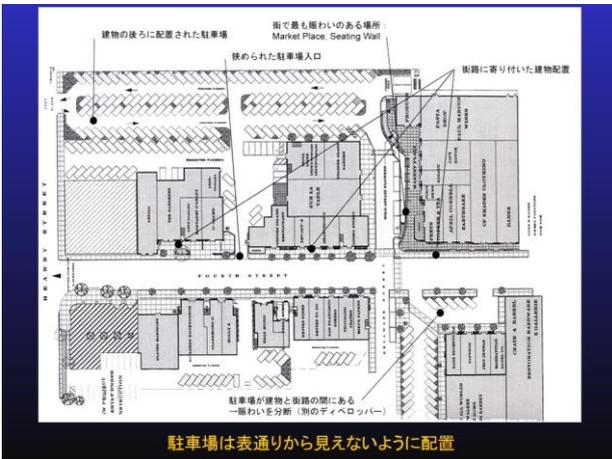




商業的であっても商業に支配されない～自由に使える「まち」空間

ここにはテラスがあって、そこでは自分で自由に椅子やテーブルを出すことができ、周辺のマーケットで買ってでもいいし、買わなくてもいい。商業的であっても商業に支配されないようなパブリックスペースがいろいろなところにある。こういうまちは、非常に多くの人に使われると思います。

今お示したのは、パークレーという西海岸のまちです。この辺は、かつて倉庫や工場が多かったところです。アムトラックという長距離鉄道はあるのですが、便利な電車はないので、ほとんどの人は車で来ます。奥の駐車場や路上に駐車し、メインストリートに歩いてくると、先ほど申し上げたような道に寄り付いた空間ができていて、そこでさまざまなアクティビティが起っています。



駐車場は表通りから見えないように配置

この中でもある一角は、道と建物の間に駐車場が設けられています。道にいて、どんなアクティビティがあるのか中で分からない。例えば、おいしい匂いがしたり、お店の人の声が聞こえたり、商品が見えたりすることがありません。なぜここだけこうなのかというと、ここだけ他と違うデベロッパーが開発したからという、おもしろい理由です。

アメリカでも、日本でも地方都市に行けば大半がそうですけど、車社会です。しかし、車と歩行者は共存できないわけではない。それぞれの特性をうまく活かして、配置やアクセスを考慮してデザインすれば、車社会のアメリカであっても、このように路上アクティビティが非常に活発なまちづくりにつながります。

渡 ありがとうございます。それでは、続きまして三友さんからスライドによる発表をお願いします。三友さんからは、プレイスメイキングの代表例であります、ブライアントパークのお話を詳細にさせていただこうかなと。よろしくをお願いします。

三友 三友です。私はずっとプレイスメイキングの研究をしています。が、まちなかの居場所づくりの研究の一つとして取り組んでいます。

居場所をつくる一つの方法としてプレイスメイキングをやっている、まだプレイスメイキングしかやっていないのが実情です。別にこれからもプレイスメイキングだけをやっていくつもりはないのですが、たまたまずっとプレイスメイキングをやっている、ブライアントパークもたまたまやっていると、それでちょうど注目していただいているという、そういう感じですね。

この1週間でいろいろな方とお話したのですが、ここ1週間、1カ月は皆さん「プレイスメイキング」という単語をご存じで、少し前は誰も「プレイスメイキング」という言葉をおっしゃっていませんでしたので、このような座談会に呼んでいただいて、本当に僥倖なのですがとてもありがたく、光栄に思っています。



これは、アメリカのニューヨーク市にあるブライアントパークです。プレイスメイキングという概念は非常に曖昧ですが、渡先生とお話している中で、その本質は私の考えていることそのものだと確信がありました。それをどうにか解明したいと思って、良い事例を探していたところ、偶々訪れたブライアントパークに一瞬で心を奪われてしまいました。

この公園の存在は以前から知っていましたが、想像をはるかに超えていました。

文字が多くて申し訳ないのですが、「placemaking」はワンワードで表します。少し前の文献では「place」と「making」が離れていました。分かりやすいように申し上げると、日本で「まちづくり」という言葉があります。「まち」と「つくる」とがあると思うのですが、今は「まちづくり」と言われています。まちづくりとは、われわれ専門家が使う内容ではハードを

含んでいたり、ソフトを含んでいたりもします。市民の方がやられている、お花を植える活動なども立派なまちづくりですし、その人その人によって、使い方は少し違うと思います。

まちづくりという訳ではないのですけれども、プレイスメイキングもくっついたワンワードの言葉で、いろいろな人がいろいろに持っている概念と想像していただければと思います。ですから一つではないいろいろな定義が存在する概念だということ、その中で四角に囲ったところの一番上にAPA（米国都市計画協会）の見解が書かれています。いろいろな地域の価値、歴史、文化、自然環境、ここではたまたま再活性化となっていますが、創出する新たなプロジェクトでもいいと思うのですけれども、公的な空間に価値と意味づけを与えるということです。

二つ目と三つ目は、プレイスメイキングをタイトルにした書籍がありまして、そこからとっている定義です。一番下のULI（アーバンランド研究所）の定義です。

読んでいただくと、ぼんやりしているのですけれど、つまりは具体的な手法というよりは概念です。少し哲学的になってしまうのですが、ULIが映画づくりに非常に似ていると説明しています。大成功の作品を生み出すために、みんなで行うということです。みんなというのは専門家だけではなく、利用者の方も含まれます。

グレーの中に書いてあるのが、私が使っている定義です。個人というのは利用者という意味なのですが、個人の精神的な拠り所となる場を、その人自身が住んでいる地域（または愛着を持っている地域）に新たにつくり出す、またはもともとそうだったところを再生するとか、そういうことです。これがプレイスメイキングということです。文献から追うと、こんな感じです。

これは、プレイスメイキングの原則です(表中ではPMと略)。プロジェクト・フォー・パブリックスペース(PPS)というアメリカの非営利法人が掲げているものを私が研究用に訳しました。鈴木さんも訳者の一人であるPPSの邦訳本『オープンスペースを魅力的にする』にもこの原則が掲載されています。PPSはブライアントパーク再生の提案がうまくいったため、それ以降、世界中でプレイスメイキングのプロジェクトを牽引しています。プレイスメイキングの原則を見てわかるように、非常に当たり前のことを提唱していて、日本のまちづくりにも通じます。

プレイスメイキングの原則

プロジェクト・フォー・パブリックスペース(Project for Public Spaces, PPS)が提唱

PMの基本的な考え方	1	PMでは、地域の人々も専門家である。
	2	PMにおけるデザインとは、居場所を創出することである。
	3	居場所となり得るような公的空間を創出・再生することは、一人では不可能である。
PMの計画手法と調査手法	4	(公的空間に関わる公務員を含んだ)専門家達は「それはできない」と発言するが、不可能という意味ではなく、経験(前例)がないだけである。
	5	PMでは、利用者や(利用されている)空間を観察することによって多くの発見や視点を待たれる。
	6	PMで重要なことは、皆で共有できる理想図をつくりあげることである。
PMでの考えを行動に移す	7	PMにおける形態とは、イベントや活動を支えることである。
	8	PMでは、(利用される)空間、活動、利用者のつながりを創出することが重要である。
PMの実践	9	PMでは、ペチュニアの花を植えるように一人でもできる小さいことから始めることが重要である。
	10	PMの実践において、予算は大きな問題ではない。
	11	PMにおいて公的空間の居場所づくりに完成はない(ずっと続くものである)。

How to Turn a Place Around A Handbook for Creating Successful Public Spaces, PPS
邦訳 オープンスペースを魅力的にする―創られる公共空間のためのハンドブック 学芸出版社
加藤康隆監訳、鈴木俊治・服部圭郎・加藤潤訳

地域の方・コミュニティが専門家ということや、デザインはいわゆる意匠だけではなく、デザイン的に賞をとったような公共空間はむしろ使われていないのではないかというような、少し批判めいたものも入っています。

あとは、1人では不可能であるとか、今日は自治体やプロの方もいっちゃると思うのですけれども、「それはできない」とよくご発言されると思います。受け手であるデザイナーやアイデアを持っている人が何かアイデアを言うと、「そういうことはできません」とおっしゃるのであれば、それはできないのではなく、経験や前例がないだけなので、「こうやったらいいのではないか」というアイデアを持っていく側の方で、解決策も併せて提示しないと、日本ではいいアイデアがつかさされてしまうというか、ないことになってしまうことがすごく多いと思います。

後は、観察をよくしようということや、ビジョンをつくること。視覚的なビジョン、絵を描くということ。先ほど鈴木さんのお話の中で、すごくいきいきとした絵を出されていました。平面図でもいいのですが、それだけだと一般の方には分かりづらいので、パースのようなもの、ビジョンをつくる。

そして、形態とはイベントや活動を支えること、つながりを創出することが大事であるということ。あとは、小さなお花を植えることも重要であること。予算は大きな問題ではないし、フィニッシュしないということをうたっています。

ブライアントパーク Bryant Park

1980年頃まで：麻薬取引の場
→プレイスメイキングの考えに基づいた再生プロジェクト
→1992年：再開園
→現在：ニューヨーク市の中心にある公的空間

□年間600万人以上の利用者
・ニューヨーク市民、就業者、学生にとってのサードプレイス
・多数の観光客(多国籍)の居場所
・1人から多人数利用

□ブライアントパークコーポレーション(BPC)の運営
・年間600以上の無料イベント
・4500以上の可動椅子



■ ニューヨーク市における位置



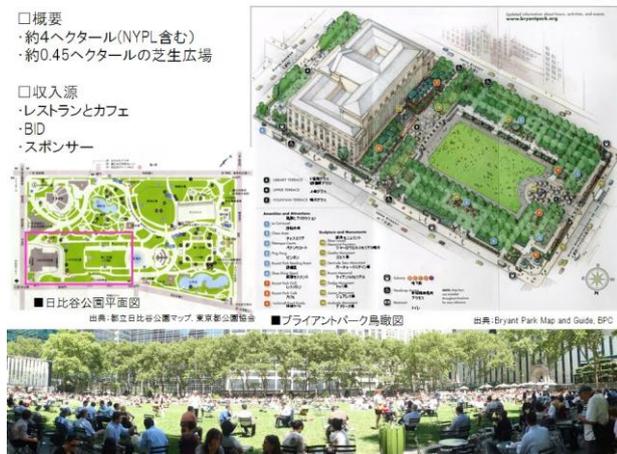
場所はこちらです。非常に見づらくてすみません。セントラルパークはご存じのようにとっても大きいのですけれども、これがグランドセントラルターミナルです。東京駅のようなところだと思っていた方がいいです。こちらがタイムズスクエアという、にぎわいの中心部です。これがバスターミナルです。これが5th アベニュー、5番街です。ブライアントパークは、5番街と6番街の間で40番目のストリートと42番目のストリートの間にある2街区分の小さな公園です。ブランドショップや高級デパートが並ぶ5番街に面し、グランドセントラル駅とタイムズスクエアの間にあります。日本で言えば、銀座にあるようなイメージを持っていただくと良いと思います。

ブライアントパークは、かつて麻薬取引の場でした。ニューヨークの中心にありながら、ニューヨーカーが近づかない場になっていました。

しかし、プレイスメイキングの考え方にに基づき再生され、現在は年間600万人、夏は2~3万人の利用者がいると言われています。ニューヨークの冬はかなり寒いのですが、それでも多くの利用者が賑わっています。

ブライアントパークの一番の魅力は、多様な人たちが多様な使い方をしているということです。多国籍の人たちがそれぞれの言葉で会話をしています。1人で静かに過ごしている人がいるかと思えば、20人ほどでランチをとっているグループも見られます。小さいお子さんから、ご高齢の方まで、あらゆる世代に愛されています。ホームレスと言われている方から、世界を飛び回るビジネスマンまで、隣り合わせで過ごしている、雑多な感じがとても好きです。

ブライアントパークコーポレーション(BPC)が市と協定を結んで運営を担っています。現在、税金を投入せずに、年間600以上の無料イベントを開催しています。4500以上あると言われる可動椅子と芝生広場をうまく利用した運営は、イベントだけでなく、イベント以外の日常的な滞留の場も提供しています。



これは日比谷公園のプランで、比較のために持ってきています。ピンクで囲ったのがブライアントパークの大きさです。とても小さいのが分かっていただけたと思います。あちらにビルが並んでいて、向こう側が透けて見えています。日比谷公園の

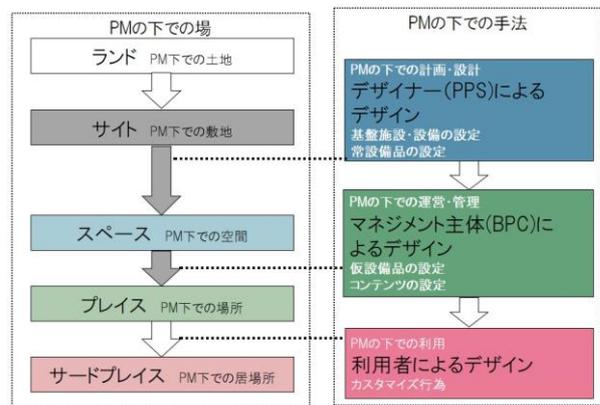
日比谷公会堂から第二花壇の「入ってはいけません」という立派な石のサインがあって入れない芝生広場あたりまでが、だいたいブライアントパークの大きさです。

こちらにあるのがNYPLというニューヨークの公共図書館です。公立ではなく、公共です。Publicと付いているのですが、みんな使ってくださいという意味のPublicです。図書館があって、公園の下は書庫になっています。

これが芝生広場で、こちらがニューヨークの目抜き通りである5番街です。こちらが正式な公園の正面なのですが、ここにはちょっとした広場しかなく、実はこちらにいっぱいあります。

私が朝から晩までずっと調査をしていますが、日本人の方にはほとんど会ったことがありません。たぶん、皆さんここを歩いていってしまうのだと思います。ここに有名なレストランとカフェがあります。

ブライアントパークから得たプレイスメイキング(PM)の流れ



これはブライアントパークを調査した結果を踏まえて、プレイスメイキングを視覚化したいという思いで作った図です。大した図ではないと思われるかもしれませんが、何年も悩んで漸くまとまりました。

ランドというのは、膨大にある土地です。土地があったときに、まずデベロッパーの方だと思いますが、サイトを、ここがいいのではないかと探します。日本の場合はあらかじめ場所が決まってしまうことも多く、ランドをサイトにする工程は今の時代はあまりないと思うのですが、どういう地域にそれが合っているのかという、探すという作業がもともとありました。アメリカとかにはあると思います。

サイト、上に何も無い単なる敷地にデザイナー、デザイナーは計画者とか設計者とか、適宜お読み替えいただければと思うのですが、その場をつくるプロが、まずスペースにする。スペースとは、公園であれば公園のインフラのようなイメージを持っていただくといいのですけれども、デザインされたものをここでつくったとする、それがデザイナーによるデザインです。基盤施設や設備を作ったり、常設備品というのはそこにある建築物などです。日本では、すごくいい場所や空間があるのに使われない。

立地や形態が良い公共空間があっても、利用者に使われないのはなぜだろうという話を良く聞きます。ほかの方もおっしゃっていますが、結局は、管理ばかりで運営されていないマネジメントが問題だと思っています。

日本で、サイト→スペースの流れができていて、どうしてサードプレイスにならないのだろうと思っても、スペースをプレイスに昇華できていないからだと思います。単なる空間であるスペースに、可動椅子やイベントなどを用意することでプレイスにすることが必要です。

プレイス→サードプレイスのところに、利用者によるデザイン「カスタマイズ行為」とあります。利用者がイベントに参加する、居心地良く留まるといったことは、いかに利用者本人をその気にさせるか、したいと思わせるか、マネジメント主体の腕にかかっていると思います。設計や計画、デザインする我々も、利用者のことを考えるだけでなく、本当に利用者に愛着を持って使われるために、マネジメント主体が運営したくなる、しやすくなるスペースを用意せねばならないと思っています。プレイスメイキングの流れの図をクライアントパークにあてはめると、プレイスメイキングを牽引しているプロの集団であるPPSの提案が踏まえられたデザインがされていて、BPCがどんどん使われるように運営していて、利用者が使いこなしてサードプレイスとして居場所になっているということです。以上です。

渡 どうもありがとうございます。鈴木さんからは、都市計画や都市デザイン的な枠組みと、その中でプレイスメイキングに関する空間設定などの話をさせていただきました。それから、三友さんには、プレイスメイキングの代表事例であるクライアントパークを取り上げ、サイトからサードプレイスに至る流れをお話いただきました。その流れ図を見て、私は一人で、サイトプランナーとしてデザインすることから、利用者として利用することまでのすべてのプレイスメイキングの流れを実践していると思いました。

私のほうからは、前半でアメリカの道路を通行空間から人のプレイスにしている事例などを紹介して、後半で日本の取組みについて紹介したいと思います。

本日のテーマ「賑わいや心地よい空間をデザインする」

一人一人とまちが活きる プレイスメイキング



今日のテーマは、「一人一人とまちが活きるプレイスメイキング」ということです。先ほど三友さんから「個人の利用」という話、それから「みんなで利用」という話がありました。通常、賑わいというと、みんなで集まってわいわいすればそれが賑わいだという話がありますが、それだけでなく、一人一人が自分の居場所を得た感覚を持てることが重要です。そうして、たまたま集まっている状態がポジティブなまちの風景をつくっている。1人が生き活きして、それが寄り集まってまちが生き活きすることが、プレイスメイキングの重要なポイントです。

■米国の事例

車道と歩道上を利用したレストラン座席

(駅前メインストリートを4車線から3車線に改修)



この写真では、たった1人が路上のイスに座っています。このように1人で居てもいいですし、たくさんの人で過ごしてもよいわけです。ここは、例えば、誰もいなかったとしても、ここに何らかのプレイスが感じられて、人の気配を感じることができます。

ここは、アメリカのシリコンバレーの中心で、Google 本社があるマウンテンビュー市という小さなまちです。かつてはMacの本社も近くにありましたが、スタンフォード大学もすぐそばにあります。マウンテンビュー駅の駅前のカストロストリートというメインストリートです。

さりげなく設えているように見えますが、実はすごいことが行われています。ここは路上、しかも車道なのです。再開発のプロジェクトとして、4車線を3車線に減らす改修をしています。日本で言うと、減築のようなことです。

1車線分の車の通行スペースを減らすかわりに、レストラン

の座席を置いて、この豊かなプレイスを生み出しているわけです。実は、この通りにはたくさんのプレイスメイキングを支える空間要素の秘密が隠されています。これは一番最後に説明したいと思います。

歩道上のレストラン座席 行政が促進、担い手は店の主と利用者



次の写真は、同じカリフォルニア州にあるデイビスの歩道上です。ここでも、さりげなくイスを設えています。先ほどの鈴木さんの説明にあった交差点の歩道部分にある出っ張りを使って、レストランの座席を置く空間を生み出しています。デイビス市では、実は行政が「歩道を使ってください」と店主にお願いして、誘導しています。店舗の申請のために市役所に訪れる店主に対して、プランナーである行政職員が提案して、協議しながら生まれたプレイスです。

公園でのファーマーズマーケットの座席 週に2回開催 無料でだれでも座れる



次の事例もデイビス市です。日本の近隣公園ほどの大きさの公園で、週2回ファーマーズマーケットが行なわれています。日本で言うところのマルシェですが、座れるスペースをマーケット空間の脇につくっているところが重要です。普通は買い物をして通過するだけで終わってしまうところですが、たくさんの座席と奥に見える広い芝生広場によって、滞留できるようになっています。イスとテーブルは、マーケットがあるたびに設営・片付けをしています。子供の遊び場の周りには、マーケットの時だけ仮設の遊び場ができています。

住宅地商業施設と緑地に面する境界線にある 無料の座席



同じくデイビス市の事例です。鈴木さんが働いていらっしゃる、ニューアーバニズムの創始者のひとりであるピーター・カルソープ氏の事務所が計画を担当した住宅地の角にあるデイビスcommonsという商業施設です。ここは、高速道路から車が入って来たときに一番はじめに目にする角地なので、まちのゲートの役割も果たしていると思います。芝生広場を囲うように無料の座席を配置し、その背後の飲食店は夜遅くまで営業して開いており、大変賑わっています。夜でも子供達が遊んでいます。すごいことです。アメリカは治安が悪くて、このような滞留の場をつくれることは多くのまちでは難しいからです。

人、緑、街、多様なイベント、PCを眺める場 無料の丈夫な椅子、テーブル、木陰、wifi、電源コンセント、 有料のコーヒーと飲食物が有る(ブライアントパーク)



これはブライアントパークの写真です。ここで私が言いたいことは、先ほど三友さんの話にあったように、使われる公共空間にはいろいろな場づくりの工夫があるということです。イスに座って何が眺められるかと言ったことも重要だと思っています。

この会場で私の目の前に用意した可動イスとテーブルは、ブライアントパークで使われているものの色違いです。ブライアントパークでは、周囲になじむように濃いグリーンに塗装されたイスを配置しています。思い思いにくつろぐ人々とイス自体も重要な眺めの要素です。この公園内では、多様なイベントが行われています。Wi-Fi が無料で使えるので、PC を眺める場にもなっています。手すりの下には、無料の電源コンセントも用意されています。ブライアントパークでイスに座ると、どうしても飲食がしたくなります。とても美味しいコーヒーやサンド

ウィッチのほか食べ物を提供してくれるキオスクや飲食店が公園内にたくさんあります。

では、日本はどうか。実はアメリカに劣らない取組みをしています。

■日本の事例

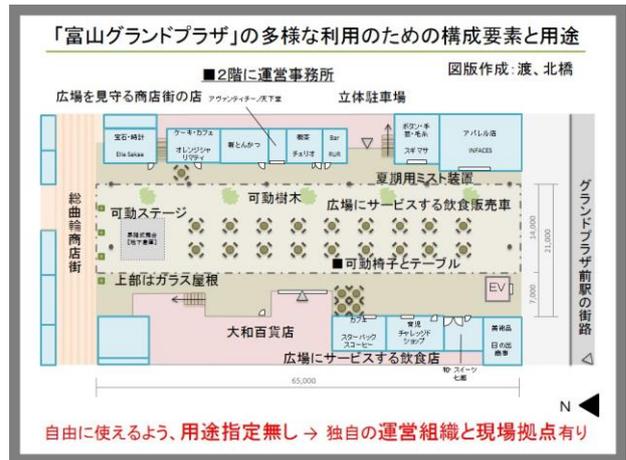
①「富山グランド・プラザ」(富山市) 全天候型の都市広場型「空地」



これは、富山市のグランドプラザです。全天候型の都市広場です。透明なガラス屋根のおかげで、どんな季節・天候でも使用できます。実際に調査したところ、3年間で1700回ものイベントが行なわれていることがわかりました。ここに書いてような仕分けでは取まらないのですが、一応こういう感じになっています。



これは建築学会に口頭発表したものから取ったのですが、例えば個人的なパーティーにも使うし、企業のプロモーションにも使うし、子どものための公的なイベントにも使っています。そして例えば移動販売車が来て、そこで食材を提供したりする。こういうのがいくつか混じり合っ、いわゆる共催関係をつくっています。それを合計すると1700ぐらいになるのです。



そしてこれがグランドプラザを上から見た平面図です。周辺の状況ですが、昔からの商店街の再生でもあって、ここの部分を区画整理していわゆる再開発をしたのですが、そこで生み出した21メートル程度の空間をうまく使っています。こちらは65メートルです。その中に可動椅子、可動ステージ、可動樹木を入れています。なんと高木が移動するのです。

それから重要なのは、立体駐車場がありながら、そこにもともとここにあった商店街のお店が張り付いているということです。こちらはいわゆる大型店舗です。百貨店なのですが、その百貨店の例えばスターバックスなどのお店もここに張り付いています。実は広場というはもともとこういう構成です。そこから例えばスターバックスはデリバリーもします。そのような支援関係をつくっています。

一番重要な点は、自由に使えるように「用途指定なし」として運営されていることです。公園、道路、広場に指定してしまうと法律に縛られます。ですから、富山市では、あえてなくしたわけです。その代わりに、きめ細かい運営をするため、現場に運営組織の拠点をつくっています。その運営事務所は広場に面する建物の2階に位置しています。そのような中身について、現場の山下さんという人が書いた本が出ています。(『にぎわいの場富山グランドプラザ：稼働率100%の公共空間のつくり方』山下裕子著)

②小さな地方都市の交流施設 群馬県中之条町「つむじ」



これは、群馬県中之条町にある「ふるさと交流センター『つむじ』」です。私がプレイスメイキング、特に可動イスの導入

に関するアドバイスをした事例です。私が日本で目指しているプレイスメイキングは、この例が一番近いイメージです。周辺に住む人たちが家から歩いて出かけてきてくれる場で、一人でも数人でも気軽に集まることができる場です。観光地も近くにあるので、観光客も車で来て立ち寄ります。

イスとテーブルを自由に使える公共施設 屋外広場に面する回廊のイスとテーブル



室内広場での利用例
日常利用とイベント利用の風景



屋外広場デッキと回廊での日常利用例



小さなまちの小さな施設ですが、ブライアントパークと同じ形の可動イスを置いています。当初は、町に頼んでもなかなかイスを購入してくれませんでした。仕方がないので、私が個人的にふるさと納税で30万円寄附しました。この椅子を買ってくださいという用途を指定した寄附です。

今では、120から130脚に増えて、このようにまちの人たちや外来者にも使ってもらっています。センターを管理している町役場の方は、可動イス自体の「管理」はほとんどしていない

そうです。利用者が自由に設置して使っています。スタッフの方は、大型のイベントがあるときは少しだけお手伝いして、それ以外はイスやテーブルの移動をしていないといいます。利用者が自ら設置する習慣になっているということです。プレイスメイキングの重要なポイントです。

こんな感じでそのほかにもいろんなふうに使われていて、これは人がいないけれども使った痕跡が残っています。

高齢者ボランティアによる公園の無料カフェ (中之条町の街区公園)



これはその町の隣にある街区公園です。元町長が、私が言ったらすぐつくってくれました。眺めのいいところにこのような小さなキオスクがありまして、そこには公園の高齢者ボランティアによる無料の座席があります。

③自由なイスを300脚導入した公共施設 小美玉市茨城空港に隣接する空の駅「そらら」



イベントのある円形中庭に向いて座る人々

もう一つの事例です。小美玉市というところで私は最初からアドバイスに関わっていたのですが、結果としては、ちょっと重たい椅子が入ってしまったのですが、300の椅子を使ってくれていました。ブライアントパーク同様、小さなまちの小さな施設であっても、日常的な利用、イベントの利用、どちらにも可動イスが活用されていることが分かりました。

今度は「みんなのイス」というプロジェクトです。これは私がつくば市でなんとかそういうプレイスメイキングをしたいということもありまして、実はこの200基の椅子を市民団体が買いました。最初買おうとしたら、みんな100基とか言っているから、そんなもんじゃ駄目だと言って、私がそこでまた個人で20万寄附して、それでここに200基買ったんです。人はあまりいないのですが椅子を見せたいためにそういう写真にしました。



④「みんなのイス」による取組
200脚のイスを運んで、設営する。駅前空地コンサート例

ここでコンサートをしました。これは実はサッカー場にラインを引く感じで、サッカーのチームを率いている NPO の方に引いてもらって、そこにただ椅子を並べてシートを敷いただけです。このような感じでお祭りみたいなことをやりながら、いろいろなところで使っています。

「みんなのイス」@歩道の一部利用例



これは歩道上の角で使っています。

つくば市北条(地震・竜巻の被災地)の「ほうじょう市」 600脚のイスで座席と食場の提供／車は通行



これは地震と竜巻の二度被災した北条地区というところなのですが、そこに 600 個の椅子。さっきの 200 プラス、パイプ椅子を近くの施設から持ってきて、路上とそれから被災した方の家がなくなってしまう空き地に置かせてもらいました。それで「ほうじょう市(いち)」という市の中でこれを 3 日間連続でやりました。これも毎日これを片付けてまた設営するという面倒なことをしました。

@地震と竜巻で被災した家の空地



@道路の路肩



このような感じで路上なので車が通るのですが、それにお構いなくこういうところに並べました。けっこうこちらに来た方が市で食べ物を買って、皆さんここで食べていました。市役所の方がこれを見て、今までみんなここで食べていたんだろう、と疑問を持たれていました。

イスのテーブル利用例



そういうことで、その後は商工会の方や市役所の方もこれはかなり理解してくれて、次に申し上げるようないろいろな社会実験などが進みました。これは椅子をテーブルにも使えるという、そういう利用例です。たまたま私はここに座っていたので、ここに巻き込まれましたけれども。

これは吉祥寺ですので紹介せずにはいられないですね。公園の座席を支援するドーナツ屋さんです。これがドーナツ屋で、こちらが小さな公園です。

⑤公園の座席を支援する店 ドーナツ店(吉祥寺)



ドーナツ屋さんで何か買えば、ピクニックシートを貸してくれる

このようにドーナツ屋さんで何かを買うとピクニックシートを無料で貸してくれます。



ピクニックシートで公園の芝生に座れる！

そして座るとこんな感じです。私 1 人しかいないですけど。
(笑) 今日は三浦さんはいらしていないかもしれませんが、三浦さんもこれをやってみたとおっしゃっていました。それからこのオーナーである手塚さんも一緒に座ってみたとおっしゃっていました。

⑥つくば市の公共空間活用に向けた 「オープンカフェ条例」(通称)のための 社会実証実験



これは先ほどちょっとと言いました、つくば市の公共空間活用に向けた「オープンカフェ条例」のための社会実験です。これもいろいろ手伝っていて、こういう椅子をこういうところに並べたりして社会実験をして、ここを使う人にアンケートをしたりしています。そういう人に聞くと、実はこういう風景に慣れていないので、椅子を使っているんですかという疑問がよく聞かれました。ところが外国の方が来るとそこに普通に座ってコーヒーを飲むんです。聞いてみたら、私の国ではこれは普通だからと。先ほど鈴木さんから話がありましたように、こういう場というか風景に慣れていない日本人に実際のこういう空間を見せて若干知らせてあげる必要がある。

⑦動く商店による週に一度の「出かけ場」 北茨城市商工会の買い物困難者への行商支援



それからもう一つ、プレイスメイキングは椅子だけではなく、このようにむしろ出かけていって、例えば買い物困難者がいるところに出かけていって、そこにいつき場をつくるということもできるということです。椅子はないのですが、例えばこの事例だと、行ってみて分かったのですが、高齢者の方がこれを楽しみにして 30 分前から、座れる低い壁（シーティングウォール）にちょうどいい幅があるのですが、空き家の壁に座って皆さん待っているいろいろしゃべっているんです。

宅配しない意味は「出かけ場」をつくるということで周辺から歩いて出かけてくる。これが重要です。歩行圏を設定して、そこに出てきてもらう。出てこない高齢者には声を掛ける。そういうことをしています。

民地の車庫を利用した行商プラットフォーム



これはたまたま民地の車庫を利用しています。

⑧東京フォーラムのネオ屋台村

設営を販売車の店主が行う
イスとテーブルは現地に収納してある



これはご存じのように東京フォーラムです。東京フォーラムも実際主催している方が椅子を設営します。一つこういうモデルをつくっているいろいろやろうとしているのですが、なかなか進まなくて、実はここに書いてあるのですが、東京大学大学院生らのNPO「Balloon」が2009年からこういう活動を地道にしています。

⑨動く商店街(動く市場)のイメージ

画像制作: 渡



今度はそういうことをもうちょっと広くプロモーションしようということで、今日そこに来ている学生もその一人ですが、このような学生と私で、霞ヶ浦沿いに動く商店街、動く市場のようなものを想定してCGにしてムービーにしました。そのような形で、まちなかだけではなくて、こういったレクリエーション空間の活性化、あるいは河川とか湖沼の周辺でせっかくだ

い環境なのに使われていないところを使おうということです。

⑩水辺などレクリエーション空間の支援

「動く市場」のケーススタディ

制作: 李駿、黄、渡 (画像は李駿の修了制作より作成)



⑪民営病院と歩道でのプレイスメイキング例

筑波メディカルセンター前の遊歩道「紡ぎの庭」



これは病院です。大学のいろいろな教育活動でこういうことをやっています。病院や学校の中を改造してしまおうということで、これはつくば市の公道の枯れた松の木の足下を花壇にしました。この資金はコンペでお金をもらいました。そこで例えばこういう人たちが車いすとかストレッチャーに乗って出てくるということで、ある種のプレイスをつくと、そういう動きを誘発することになります。

⑫大学病院内でのプレイスメイキング例

外来待合室を入院患者のコンサート会場にする家具コンバージョン
待合室の両脇にあるコーヒー店も支援



さらにこれです。筑波大学病院のインテリアですが、ここに椅子がたくさんあります。これは待合室ですが、ここでは大きなソファではなくて可動の椅子です。これをくるっと回して、ここでコンサートをしています。ピアノがあってトランペットを吹いています。土曜日になんとこの入院患者だけを集めて、

皆さん点滴をしながら車いすで出てきてここでジャズを聴いています。こんな試みをいろいろ提案したら、この院長先生がやったわけです。それからここにいる先生方がこれを企画しています。さらにそれにつられて、両脇にスターバックスコーヒーとタリーズがあるので、その方々も無料で試飲のコーヒーを提供したりしています。

そのような形で、日本でのいろいろな取り組みをしているのですが、先ほどの鈴木さんのお話を聞いても、これまでの大きな都市の枠組みだけでなく、もう少しスケールダウンした枠組みが必要で、社会実験やその成果を活かしたプレイスメイキングの本格実施を支える小さな仕組みも必要だと改めて思いました。

鈴木さんの方で何か参考になる事例をお話いただけませんか。

鈴木 プレイスメイキングの「プレイス」は「場」ですね。プレイスメイキング、場づくりをしたいというときに、どんなプレイスにしたいのか。その場所は、そもそもどんな場所であって、どういう歴史があって、地形はどうで、気候はどうで、どんな人がいるか。どんなプレイスになりたいとその場所は言っているのか。どんな人々がそこで暮らして活動しているのか。それらが総体となって「そのまちらしさ(Sense of Place)」をつくります。



Sense of Place を確認し、地域で共有する（神楽坂通り）

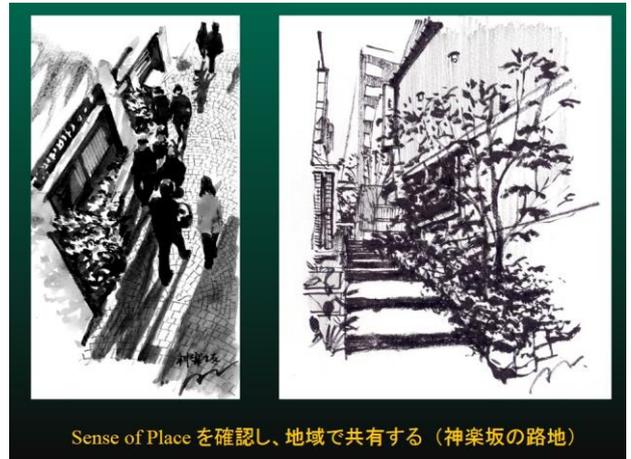
プレイスメイキングとしてどういう場所、どういう方向をわれわれは目指したいのかということが基本的に大事です。それを地域で確認、発見することが必要です。さらにそれを一人で思っているだけではなくてみんなでシェア、共有していくことが大事です。今の渡先生の話でも、もともとその地域にあったり、あるいはご自分で仕掛けたりされたことに対し、いろんな人が共鳴し、いろんなことができてきているのだと思います。

これは東京の神楽坂です。私は神楽坂に事務所がありまして、10年ぐらい地元のNPOでまちづくり活動をしています。ここ数年ぐらい、神楽坂はちょっと人気が出たというか、おしゃれな場所という言葉方をするようになりましたが、決して昔からそうだったわけではありません。

神楽坂通りという道があります。ペンシルビルが並んでおり、見方によっては間口が狭くて坂道で非常に使いづらいとも言われます。地形も理由となり、これまで大きな開発や区画整理が行われませんでした。その結果、さきほど申し上げたような、建物が道に正対し、道に開いたお店があり、間口が小さいので十歩歩くとまた違う店が並ぶというまちの骨格的な構造が幸いにして残されています。

昔は、建築教育ではペンシルビルは効率が悪いと教えられました。階段、トイレもエレベーターも要るからレンタル比が下がるので、非効率的だという教え方が長くされてきました。しかしそのことが、まちの中で建物、お店と歩行者を非常に親密に結び付けるというヒューマンスケールな場をつくり、その場を生かしたいろいろなアクティビティを生み出す基礎になっていると思います。

ですから、古くて小さなペンシルビルばかりではないと見るのか。いやそうじゃないと見るのかで全然価値が違ってきます。



Sense of Place を確認し、地域で共有する（神楽坂の路地）

神楽坂通りの奥には路地があり、江戸時代以降、明治、大正、昭和と発展してきた花柳界の世界があります。ごく一部になりましたが、今でもそのような路地が残っています。これは、現在の建築や都市計画の法律に当てはめると、交通や防災上よろしくないという評価になってしまいます。建て替えができない、車が入らないとか。あるいはバリアフリーじゃないとか、消防車が入らないとか。

ある場所の Sense of Place を上手に生かすことが大切です。歴史的地区である場合は、凍結保存ではなく使いながら保全することです。まちは博物館ではないから人がそこで生活し、商売する場所だからどんどん変わっていくのは当然なのですが、その場所ならではのものを生かして、ちょっとよくして次の世代に伝えたいということが大切だと思います。

それをどうやったら残せるのか。今の法律でできることもあるでしょうし、なかなか難しいこともあるでしょうが、そういうことを地域で議論する場があると良いですね。100%賛成というのはなかなかなく、例えば地権者さんにすればなるべく大きなものを建てたいとか、相続があるとか、後継者がいないと

このような現実的な問題もある中で、この場所の長期的な価値を上げていくにはどうしたらいいかという話をよくしています。



Public Spaceにおける「生活感」を、一律に排除すべきでない

これはベトナムのハノイです。プレイスメイキングという言葉には「おしゃれな」、例えばオープンカフェやマルシェなど、みんながコーヒーテラスに座っている、ちょっと非日常的な感覚を楽しむというようなニュアンスが強いのではと思います。

今度いらっしゃるヤン・ゲールさんの本にも書かれているのですが、ヨーロッパではプレイスメイキングと言うと、エンタメ系の行為が多い。それらは極端に言えば、なくてもなんとかなるようなものです。ちょっとおしゃれなカフェで楽しむということが絶対必要かと言われるれば、それはあったほうがいいけど、ないと生活に困るということではない。先進国の都市のプレイスメイキングというのは、大半はエンタメ系を志向しています。エンタメ系という言い方が適当かどうか分かりませんが、楽しみ系と言うか。

ハノイはそうじゃないんです。まさに生活系です。私はここに座って1時間ぐらい見ていましたが、この笠を被ったおばちゃん野菜を売って、自転車で来てこの人が手を伸ばして野菜を買っている。このあたりには自転車やバイクがいっぱい止まっているし、建物は相当古しい、このオーニングも崩れている。そのような生活の場としてのオープンスペース、パブリックスペースがまだまだ健在であって、むしろそこにベトナムのバイタリティが感じられます。路上で、誰からも見えるところで肉を切ったり魚を切ったり。ちょっと不衛生だなと思うかもしれないけれども、それが人々の生活の場になっているというのは、まさにパブリックだと思います。

日本ははじめ多くの先進国では空間の整序ということを一貫してやってきました。道路というのは車や人が通る場所である。だからカフェとか店を道路に出すのは基本的に違うということです。公園は公共空間だから民間が店をやる場所ではないです。そういうふうに、ある目的に沿ってきちんと整えてきたという歴史があると思います。その結果、本来の目的ではないとされた路上のカフェとか物売りとか屋台などはいったんほとんど全部排除されてしまった。その結果、非常に無機質で、おもしろくなくなってきた。昔、車が入る前は、人々は自分の

手とか天秤棒や自転車ぐらいで物を運び、そこで売る、そういう場所が数十年前ぐらいにはわれわれの目の前にいっぱいあった。そういうことを一律に排除すべきではないというふうに私は思います。場所によってももちろん特質はいろいろ違うし、防犯や衛生の問題は多々あるにせよ、「行政管理」を超えたパブリックという概念はプレイスメイキングに非常に密着した考え方だと思います。

ヤン・ゲールさんが出された本を数名で翻訳をしようとしていて、その中に Public life という言葉が頻繁に出てきます。パブリックライフを充実させるというように使われます。それをどう訳したらいいのか、非常に難しい。パブリックと書いてしまうと日本では公共、行政というふうに解されてしまうけれども、本来のパブリックとはみんなに相応の責任がある。そこを使う人にもやはり責任があるわけです。道路を使うならば当然自分できれいにしなければいけないし、必要な経費は払うことになると思います。

渡先生のご紹介のマウンテンビューでも、路上占用する店はそれなりのお金を払っています。使う方が責任を持って積極的に参加していくというのがパブリックであって、行政に全部負担してもらうということではありません。市民側の意識も醸成されていく必要があると思います。



これは表参道です。非常にきれいでおしゃれなこういうところもあれば、われわれが大好きな中野とか新宿あたりの屋台もある。

どっちがおもしろいパブリックスペースの使い方かというのはなかなか言い難いですね。屋台のほうが防災とか防犯とか、気にし始めたら衛生は大丈夫かなとも思うかもしれませんが、店をやる人も、お客さんも、それを分かって楽しんでいる。こういうものを排除してしまうと非常に平坦な、抑揚のないまちになってしまう。

昔は入会地とか入会浜というふうに、地域で、みんなである種の掟のようなものがあって、パブリックを大事にしていたという概念があったように思います。それがかなり希薄になっている中で、もう一回そこを立て直さないと、ここは法律でこうなっていますから、こうしようというふうに陥ってしまう。

市民側もそこをよく認識する必要があると思います。



これは横浜のみなとみらいです。私は数年ほど、みなとみらいの公共空間の上手な使い方についてお手伝いをさせていただきました。この写真は全部みなとみらい地区ですが、これらの公共空間は全部管理者が違うのです。これは公園という位置付けになっており横浜市のパブリックのセクションが所管しています。これは公開空地です。敷地の中だが公共空間のように利用するということで容積ボーナスをもらったりしている。建築局の所管です。これは駅前広場で道路ということになっています。これは港湾緑地なので港湾局所管です。

それぞれの空間で違う料金体系やルールがあり、使ったり、使わなかったりしているのですが、お客さんや利用者にとっては全然そんなボーダーはないのですから、みなとみらいという地区を魅力あるところにするにはどうしたらいいかという視点で考えることが大切です。例えば同じ時にイベントをやるなら、こことここは一緒にやりましょうとか、重ならないようにしましょう、今度はこっちでやりましょうとか。人がまちを歩いたときにどうみえるか、感じられるかなど、地区として全体的な魅力づくりや、その管理を考えることも必要です。

そのため、みなとみらいでは5年ぐらいかけていろいろな社会実験をやって、こういうことをやっても公共空間の本来の利用目的には差支えはないですよとか、こういうふうに条例改正をすればいいですよということを積み上げてきました。その成果として、一部では空間利用に関する条例改正がなされました。しかし一方では管理者側が、そのようなパブリックスペースのにぎわい利用にはあまり積極的ではないところもあります。

みなとみらいでは関係者の皆さんが非常にがんばって、横浜みなとみらい21という一般社団法人をつくり、エリアマネジメント活動を推進していくことになっており、こういうことが今後いろいろなところでどんどん広がってくれればと思います。

アメリカで、市民や商業者が主体となり行政も協力して地域の活性化を図る手法として「メインストリートプログラム」があります。1980年以來、米国各地の2,000か所程度で取り組まれたといわれ、多くの成功例があります。

Main Street Program : The Four Point Approach

組織 Organization

プログラム運営を適切に行い、関係機関と調整し、人材を有効活用し、合意形成を行うための最適組織づくりと維持

促進事業 Promotion

イベント、資金集め、投資誘発、広報、知名度PR

デザイン Design

街路、建築、オープンスペース、ストリートファニチャー、サインデザイン管理システム等

経済立て直し Economic Restructuring

既存の経済基盤強化、営業支援、新規ビジネス誘致

歴史的建築物の保全と地域経済活性化を柱としたプログラムですが、それらの地区では今申し上げた「パブリック」を大切にし、スペースの活性化、アクティビティの充実化が図られています。プログラムの要諦である「4つのアプローチ」、彼らの経験から得られた「成功のための8つの鍵」をご紹介します。

成功のための8つの鍵

- ① 包括的であること
- ② 段階的に進められること
- ③ コミュニティが主導すること
- ④ 行政と民間の協働であること
- ⑤ 既存の地域資源を基にすること
- ⑥ 最高の品質(Quality)であること
- ⑦ 前向きの変化を起こすこと
- ⑧ 実現を前提とすること

渡 ありがとうございます。それでは続きまして三友さんのほうから。先ほど鈴木さんのほうから、「おしゃれな」とか、エンタメ系または生活系の話がありましたが、ブライアントパークはどちらかと言うと一見おしゃれなエンタメ系に誤解されがちなので、そのへんについて少し説明をいただければと思います。

三友 初めにお話ししたように、プレイスメイキングというのがすごく私が考えていることに近いということが分かって、それを証明したいがためにブライアントパークを研究しています。たぶんお二人がお話しされたことも、私がお話ししたこともそうなのですが、ブライアントパークは世界の中心のニューヨークの、そのまた中心にあるようなとても特殊な公園で、すごく特別だということは私もよく分かっています。

ブライアントパークから見たプレイスメイキング

公園に関わるすべての主体
物理的な場の設定を行う(デザインする)主体



3種類の居場所を兼ね備えた
まちなかの居場所として成立している最大の要因

1. 地域のコミュニティの中心としてそこに居る人達と積極的に交流する場として
2. そこに居る人達とただそこで時を共有(シェア)して過ごす居場所として
3. ほかに誰もいなくてもそこにいることで自分らしくいられる居場所として

これをそのまま丸の内とか銀座にデザインをまねして持つてくる、もっと簡単に言うと、先ほど鈴木さんと渡先生がお見せになったように椅子とテーブルとかを置けばいいというわけではまったくないということです。ニューヨークに合ったデザインをそのまま持ってきて成立するかと言うと、当たり前ですが成立しません。

輸入するものはそこではなくて、意識というか、プレイスメイキングとは何か、居場所とは何か、その地域に合っている居場所とか、そういうことをちゃんと考えて輸入するという事です。ですので、カッコいいもの、とにかくこの椅子をたくさん入れればいいというわけではないということです。分かっているとは思いますが、あらためて申し上げるということです。

ちょっとおさらいになるのですが、プレイスメイキングって何だろうということで、ブライアントパークから見て1つだけ結論的なことを出すとすれば、赤で書いていますが「すべての主体が……」、すべてというのは、とりあえずはデザイナー、先ほど申し上げたように計画者なり設計者なり、自治体の方なり何でもいいのですが、ここをつくっている人です。ただお金を持ってくるという人ももちろんデザイナーに含まれます。とにかくこのインフラを整備する人です。マネジメント主体はパラソルを置くとか可動椅子を置くとか、いい飲食施設を入れるとか、そういうことです。あとは利用者。もちろん使う人です。それら全員が「物理的な場の設定」をする。それを私の場合は「デザインする」というふうに申し上げているのです。物理的な場をどの人もそれぞれの役割でデザインするということが重要だと思っています。

プレイスメイキング=賑わいづくりのように誤解されていることもありますが、賑わいをつくるための概念ではありません。心的に居心地の良い場を気に入った人たちが集まった結果、そこにたくさんの人がいるので賑わっている場ができるという理解です。

まちなかの居場所には3つの種類があって、すべてが地域に必要なだと思っています。よく日本では、まちなかの居場所というと地域のコミュニティ再生の場として、そこに居る人たちと

積極的に交流するようなことが求められているし、そのような場をつくりましょとなりがちです。しかし、交流したい人もいるでしょうが、したくない人もいますし、交流したい日もあるれば、したくない日もあります。また、この人とは交流したいけれど、あの人とは交流したくないとかいろいろありますよね。それを一概に押し付けで交流する場をつくるので、結局、一部の人のみしか使われないのかなと思っています。

2つ目として、「ただそこで時をシェアして過ごす居場所」があります。イメージとしては電車に乗り合わせている感じです。

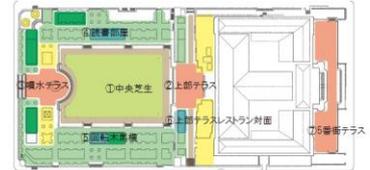
3つ目は、ほかに誰もいなくても、そこにいることで自分らしくいられる居場所です。「ここが私の居場所」というと、自分にとって大切な人の隣というのが一番幸せかもしれません。そのような中で空間的には何ができるのだろうと考えると、そこから大切な何かを眺められることが重要なのではないかと考えています。海でも都市でも、そこから見える風景があつて、そこに自分の大切な人がいなくても眺めがあることで、そこが居場所だと思えることが重要なと思っています。

ちょっと足早にブライアントパークの説明をします。座談会の定義がよく分からないのですが、3人で発表して終わりそうなのですけれども。

これはブライアントパーク・グリルというレストランの2階から撮っている画像です。スターシェフを連れて来ていいレストランを入れているので売上げがたくさんあつて、そのお金をBPCのほうで徴収して収入の一部に回しています。あとはBIDと、イベントは大企業のスポンサー収入を得ています。

■調査対象イベント

- 調査時期:2010年6月
- 合計23回17種類
- 開催時間:1~2.5時間 (映画祭は6時間)
- 開催エリア数:7エリア



()は開催時間の長さ

エリア名	24水	25金	26土	27日	28月	29火	30水	各空間合計
中央芝生広場	中央芝生ヨガ (1.0)				映画祭 (6.0)			6.0時間
上部テラス	ピアノコンサート (2.0)	ピアノコンサート (2.0)			ピアノコンサート (2.0)	上部テラスヨガ (1.0) ピアノコンサート (2.0)	ピアノコンサート (2.0)	11.0時間
地下水テラス	太極拳 (1.0)					太極拳 (1.0)	ジャズコンサート (1.0)	3.0時間
芝生広場	書き手のための遠隔訳 (1.5)	遠隔訳子供版 (1.0)			映画に関する遠隔訳 (1.0)	遠隔訳読書クラブ (1.25) 時の遠隔訳 (1.5)	作家による遠隔訳 (1.25) 遠隔訳特別イベント (1.25)	8.75時間
回転木馬棟			絵本の読み聞かせ (1.0)	手品 (1.0)		バードウォッチング (2.5)	織物 (1.5)	4.5時間
上部テラスレストラン対面								1.5時間
5階テラス		フェンシング (1.0)						1.0時間
合計総時	5.5時間	3.0時間	2.0時間	1.0時間	8時間	10.75時間	5.5時間	35.75時間

右上にブライアントパークの平面図があります。この白いのが図書館で、こちらが5番街で、これが中央の芝生広場です。とても重要なことは、イベント広場という名前のものはありません。私が、イベントのときを非日常、それ以外の居心地良く過ごしているときを日常と分けて現地調査をしようとしていたら、渡先生から「イベントは日常の一部」でその考え方は日本人のだと言われた覚えがあります。つまり、イベントというのは日常であつて、これをご覧になっていただければ分かるのですが、夏季は毎日イベントをやっているんです。年間 600 回やっ

ているのですが、ほとんど夏にやっています。冬は後で説明しますが長期のイベントになりますので、夏に数が稼がれていて日常的にすごくやられている。

使われる公共空間のデザインで、一番大事なことは、一つの機能しか持たない場をいかにつくらないかということです。例えばイベントしかできないステージは、イベント以外は静寂を味わえる場ではなく、つまらない閑散とした場でしかありません。座る場所にしても、座ることもできるし、仕切りにもなるというようなことです。「せっかく買った(置いた)のだから、とにかく座って欲しい」という可動椅子の置き方もダメです。運営も含めて、押し付けのデザインはしないということです。

ブライアントパークは、私には一つ一つのエリアが透明な部屋のように見えるのです。透明な部屋が公園という屋外でいろいろなところに位置している。これ以外にもイベントはやっているのですが、たまたま夏のこの1週間ではここだけやっていたということです。

■調査結果の一例 中央芝生エリアにおける設定①
能動的滞留エリアとしての映画祭イベント

設定主体	設定者	設定目的	準備の設定行為(当日のみ)	位置	設定	凡例
運営者	内容	専門トラックから映像を投影する		●	■	位置: ● エリア内 ○ エリア外 ● 公園内 ○ 公園外 ■ 設置 □ 撤去 × 持帰
運営者	電源	公園内に停車した電源トラックから電源を供給する		○	■	
運営者	芝	芝を手入れする(散水、芝刈)		○	□	
運営者	芝	本エリアの境界を知らせるサインを設置する		○	□	
運営者	観客席	可動椅子を移動して座る		○	■	
運営者	観客席	芝に可動椅子を配置する		○	■	
運営者	イベントエリア	園内にある倉庫から、本エリアと奥園(土部分)の間にパーテーションを設置する		○	■	
運営者	安全	ニューヨーク市警が参加者の所持品を検査するため、案内された園外のトイレを利用する		○	△	
運営者	参加者	施設	19:00以降、男性のトイレ利用者は、女子トイレを併用する	○	□	
運営者	参加者	施設	19:00以降、女性のトイレ利用者のうち一部は、イベント期間のみ、女子トイレを兼用して男子トイレを利用する	○	□	
運営者	参加者	観客席	* 持参したジャーシーツを敷きする	○	□	
参加者	飲食物	* 持参した飲食物をジャーシートの上に広げる	○	□		
参加者	観客席	* 可動椅子を自分の座として移動する	○	□		



芝生広場でやっていたイベントについてだけご説明します。映画祭がとても有名で、屋外映画祭の米国の発祥の地と言われていて、そこで1万人ぐらいの人が来ています。月曜の夜にやるというのが有名です。芝生を手入れしています。手入れしている時間は入れません。これはさつき渡先生が座っていたようにピクニックシートで映画祭を見るという決まりがあって、ピクニックシートで皆さん観ています。芝生広場の周りでは可動椅子を自らセッティングして観ているというような状況です。これは映画祭の日のイベントのセッティングです。

■調査結果の一例 中央芝生エリアにおける設定②
能動的滞留エリアとしてのヨガイベント

設定主体	設定者	準備の設定行為(当日のみ)	位置	設定	凡例	
運営者	参加者	参加者	* 初めての参加者(位置の定まらない参加者)を適切な位置に案内する	○	×	位置: ● エリア内 ○ エリア外 ● 公園内 ○ 公園外 ■ 設置 □ 撤去 × 持帰
参加者	運営者	参加者	* 参加者自ら持参した、または運営者から借りたマットを敷きする	○	×	
運営者	参加者	参加者	* 可動椅子を自分の座として移動する	○	□	
運営者	参加者	参加者		○	□	



■調査結果の一例 中央芝生エリアにおける設定③
受動的滞留エリアとして

- ・可動椅子を自ら運んで好きな場所に設定
 - ・二つの可動椅子を利用
 - ・直接芝に寝る
 - ・芝の上で飲食や読書、歓談
- 中央芝生の周囲
・芝(芝の上にいる人)を眺めて飲食や歓談



右上は同じ場所でヨガをしている日です。ニューヨークの方なので割と露出度が高めの服装で若い女性がお集まりになります。ヨガなのですごい格好をしていて、この人たちは400人ぐらいなのですが、周りにどんどん人が集まってきて、あの人たち何をしているんだろうと観察していたら、みんな若い男性で、200人ぐらいの人が勝手に座席をつくって、勝手にヨガを見て、終わるちょっと前に帰るということをしていました。

それは普通の閉じられた屋内の空間でやられていたら絶対にあり得ないことです。日本の男性は品格があるので、そんなに凶々しくご覧にならないと思うのですが、ただこれは有名で、火曜日にやるというのが分かっているので、みんな集まって来て見えています。これもここが透明な体育館みたいなイメージで、でも周りに余裕があるのでみんな勝手に見ているということです。

こちらがイベントをしていないときに過ごしている様子です。この緑の椅子。ここは木製なんですけれども。このようにいろいろ過ごしていて、公園はしたいことができないねという話を日本でよくするのですが、少なくともブライアントパークは、ニューヨークはみんなおうちが狭いので、自分のおうちでできないことをする。これも20人以上いますが皆さんお食事されています。これはおうちでできないからです。子どもがすごい人数が集まってパーティーなどをしているのもよく見ます。

これは映画祭の前で芝生に入れないのですが、そのときに皆さんほぼ全員芝生を眺めて座っています。これを見て、さっきの3番目の「居場所」というのはすごく重要だと確信しました。

これは夏です。読書部屋の小さいスペースについて説明します。この緑の四角は可動椅子を表していて、最初このようにBPCのスタッフがセッティングをします。椅子は先ほど申し上げたように置きっ放しで夜、片付けません。盗難はされないというふうにご公式に見解を出していて、倉庫にもしまわずに置きっ放しのままです。イベントがあると、ばらばらとあるものを一回きれいにしてイベントを始めるのですが、今日のこの感じはとてもこれに似ていて、最初はたぶんもうちょっと整列して置かれていたのを、ありがたいことに皆さん聞きに来てくださったのでどんどん人が増えて、1時間後ぐらいにこれがこれになるんです。

これは子ども用のイベントなので、整列したまま終わったということもありました。これは有名な作家さんが来られていて、ここでやっていたときのものです。ブライアントパークは麻薬の取引の場から今の場にするのに地盤面を下げたというのが一番大きいデザインの変更なのですが、中がすごく見えるんです。中が見えるので、通りを歩いている人たちが、「あ、あの人が来ている」と言ってどんどん人が増えて、勝手にみんな椅子を持ってきてこういうふうになったという感じです。今日の感じはすごくその感じで、プレイスメイキングっぽいなと思ってい

ます。

ブライアントパークの冬季イベント

■調査対象イベント

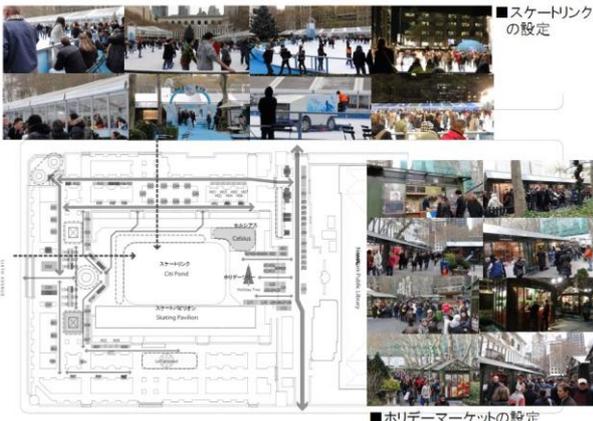
イベント名	説明	2010年度の開催時期、曜日、時間	エリア名
1 スケートリンク	2010年度は6年度目にあたる スケート場 無料(ただし、スケート靴等の道具は有料)	2010年10月29日～ 2011年2月27日まで開催	中央芝生
2 ホリデーマーケット	2010年度は9年度目にあたる ホリデーシーズンに開催される市 無料(ただし、店舗で買い物、飲食をすると購入代金が必要)	2010年11月5日～2011 年1月2日まで開催 19店舗は、1月16日まで	中央芝生 以外の園 内全体



夏が有名で、これが夏の芝生広場のイメージです。これは図書館のほうから撮った写真です。

冬に関して申し上げますと、今年はスケートリンクが先週オープンしました。今はバンク・オブ・アメリカがスポンサーをやっています。私が調査したときはシティバンクがやっていたが、冬は2つの大きなイベントがあります。

■調査結果: 能動的滞留エリアとしての長期イベントの設定



この間にちょこちょこ細かいイベントがありまして、これが冬のセッティングです。これは図書館です。全部平面が出ていなくて申し訳ないのですが、芝生広場は全部スケートリンクに変えてしまいます。マンハッタンで唯一無料のスケートリンクです。スケート靴を持って行きさえすれば無料というのはここだけとうたっています。

この四角が、透明なキオスクをつくっていて、この中は全部ショッピングができるようになっています。アップルサイダーを売っているところもあれば、チョコレートを売っているところもありますし、アーティストの方が自分の絵を売るといったようなマーケットができて、冬はこんな状態です。まったく激変しています。それが先週オープンしました。

■調査結果: 受動的滞留エリアとして スケートリンク周囲 ホリデーマーケット脇



冬の重要なところは、イベント以外の人たちが溜まる場所がほとんどこの小さな箱とスケートリンクで埋め尽くされてしまっていて、わずかな場所しかなくて、そこに滞留するしかないの、人も少ないのですが、そこに賑わいを出しているということです。とても寒いので屋内で滞留できる場所をつくるということで、冬でもとても使われる空間になっているということが分かりました。また、この透明感ですね。あとは外からもスケートリンクが全部見えるんです。ここに点で描いてありますが、うまく配置している。配置のデザインによって外から入ってみたいくなる感じをうまく作り出していると思います。

渡 ありがとうございます。

先ほどブライアントパークは、地盤面を下げて、通りから公園の中が見通せるように再生したという話が三友さんからありましたが、これは、防犯環境設計で言う自然監視性の向上を担っていると言えます。アメリカでは、防犯面を配慮することが非常に重要視されています。プレイスメイキングの考え方は、公共空間に人の目を増やし、見守りづくりに役に立っています。ニューヨーク市全体の再生でも、自然監視役になる人の居る小さな店舗を活用して、防犯面でいろいろな工夫をしています。



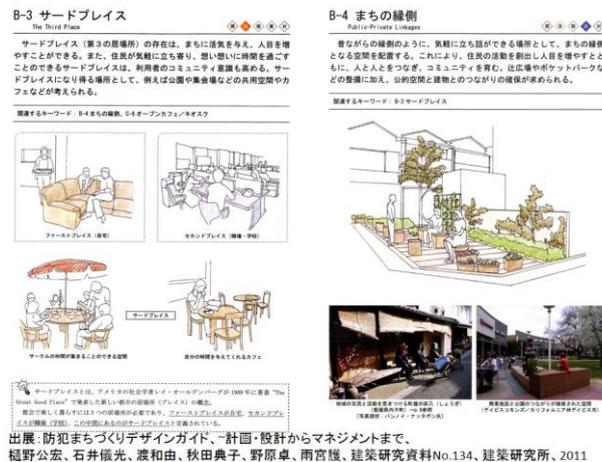
これは、東京大学都市工准教授の樋野さんを中心として、私も参加して作成した、建築研究所発行の『防犯まちづくりデザインガイド』の一部です。その中でプレイスメイキングの要素を取り入れています。

2011年に発行されていて、PDFをダウンロードできます。ぜひご覧ください。

先ほどの透明性の高いお店とか。これはまだ言ってなかったですね。富山市にある環水公園です。スターボックスです。これは新宿の事例です。

オープンカフェのようなものとか、先ほど紹介した、夜でもお店がまちを照らしているようなもの。こういうことをニューヨークも取り入れたのです。ですから必ず人が集まるところにはお店があるという1つのセットをつかったわけです。

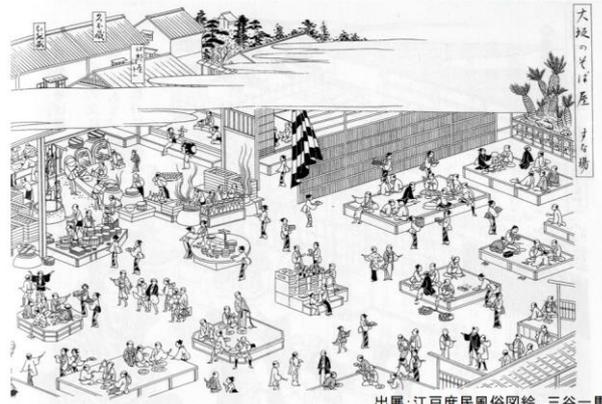
人が集まって来て、可動イスなどで滞留するところにはお店があるといった「可動コンポーネント環境」がプレイスメイキングには必要で、お店が見守り役になるので防犯環境設計にも効果的です。現在、「可動コンポーネント環境」の研究成果を取りまとめているところです。



プレイスメイキングは、サードプレイスを都市の中につくるというのが1つの大きな役割です。ファーストプレイスである自宅、セカンドプレイスである職場にもプレイスメイキングの考え方は必要ですが、特に都市の中ではサードプレイスが重要です。公共空間も、サードプレイスを支える空間として重要視されています。

プレイスメイキングが防犯環境設計に役立つというのは、人が滞留すると、まちを見守る人の目が増える、つまり自然監視につながるということです。また、いろいろなアクティビティがまちの中に増えると、それだけ交流人口が増え、自然監視が増えるということです。

江戸時代のプレイスメイキング 青空そば屋



出展：江戸庶民風俗図絵、三谷一馬

それから、日本人は、プレイスメイキングが得意であったと思っています。日本には祭りの文化がありますが、防災にも役立っています。昔は、火消し集団と祭りの集団が一緒だったまちもたくさんありました。現代でも、日ごろからまちなかになに仮設で祭の場所や人の居場所を設営する活動をしていけば、何か災害が起きた時、その場づくりの経験の積み重ねが役に立つと思います。

つまり、日ごろから、地域の皆さんが自らプレイスを設えることで、頻繁に公共空間の運営に関わり、利用することが防犯や防災にとっても重要だと思います。これはいわば「青空そば屋」ですが、江戸時代のプレイスメイキングの実践例だと思っています。大阪で屋外の置き座敷に座っています。プライアンプークみたいですね。可動椅子じゃなくて座敷ですけども。でもこの場面を六本木のミッドタウンでやっています。

江戸時代の茶屋

開放的な店先、通りから見える台所、屋内と屋外の多様な座り場



出展：江戸庶民風俗図絵、三谷一馬

また、この江戸時代の茶屋文化は現代のカフェ文化に通じると思います。この頃から茶屋はサードプレイスだったと思えます。例えば、屋外に床几(しょうぎ)があり、外と内に境がなく間口がすべてオープンです。街路上の床几でお茶を楽しむことも、座敷でいろいろな座り方もできます。日本の建築の特性である軸組工法をうまく使って場をつくっています。

このような江戸時代の屋外空間や開放的な屋内空間、そこでの過ごし方を示した絵は、かつて欧米で参考にされていたようです。このことは、アメリカにいたときに初めて知りました。たくさんの日本の都市空間や建築空間のつくり方、そこでのア

クティビティは海外で学ばれています。

実は、日本人はプレイスメイキングの実践が得意だったと言えそうです。

公園を借景する座席配置
(富山市環水公園のコーヒーハウス)



これは西洋と日本のコラボレーションだと思うのですが、これは、富山市の環水公園です。そこにあるカフェは外壁4面すべてガラス張りにして、このように明らかに外を眺められるように椅子を並べています。外の風景を借景しています。借景は、日本のお家芸ですよね。「眺め」は、座る場所とセットになる概念です。

庭を借景する縁側座席
(鎌倉市のコーヒーハウス)



そう考えると、自分の居場所というものは、パブリックな場所を眺めに取り込んでいるわけです。ですから、都市における自分の居場所というのはパブリックな空間の場面で構成されていることを意識しないとイケません。そこにある種のパブリックマインドのつながりが生まれてきます。住宅でも職場でも、都市のどこでもそのつながりがあるということをアメリカに住んで感じました。例えば、どの住宅からも魅力的な風景であるコモン空間がよく見えるように計画されると、その空間をみんなでお金を払って自主管理するマインドが生まれます。またはその仕組みに納得できます。そのような眺めの発生は防犯環境設計の見守りとも両立していると言えます。眺めの良い関係性が至るところで発生するよう、アメリカでは環境構成要素の配置計画であるサイトプランニングとプレイスメイキングが実践されていると思います。

ちなみにこれは鎌倉のコーヒーハウス、スターボックスです。

このように日本の座り方も同居できるということです。そしてここに借景がある。

プレイスメイキングの7つの場

1. 座り場 (すわりば)
2. 眺め場 (ながめば)
3. 食場 (しょくば)
4. 陰り場 (かげりば)
5. 灯り場 (あかりば)
6. 話し場 (はなしば)
7. 巡り場 (めぐりば)

※ブライアトパーク調査より、渡造語

最後から2番目のスライドです。今日この説明はしませんが、座り場。眺め場。食場。陰り場、これは木陰です。灯り場、照明ですね。そして人が話をする話し場。そしてそこを巡り歩くという巡り場。これはたまたま7つなのですが、こういう形で、ここにいらっしゃる皆さんも、自分の取り組まれている場所でこういう場をどうつくったらいいかというのを考えてみるといいと思います。ただ、やはりこのへんはぜひとも必要な要素だと私は考えています。

人の場面とプレイスメイキング

- 人は、生き活きた場面を求めている。
空間は、人の場면을支え、場면을構成する。
和辻哲郎の「風土」から示唆を受けた渡修士論文1982での気付き
- 一人称の主観的な風景づくりを意識し、
空と住環境を眺めながら地上に心地を求め一人一人のための
プレイスメイキングに手間をかける
→単座の可動イスを設置・運営する意義
↓
- 人間(人と人との間)の賑わいとビオトープづくり

参考:「人のビオトープ」を支えるプレイスメイキング、渡、「ピオシティ」60号、2014

「人の場面とプレイスメイキング」ということについて話します。個人個人が居る場所から見ている「場面」は、一人一人です。映画という話もありましたが、そうした人の場면을支えて構成しているのがどうも1つの「場面」という概念で、それをつくっているのではないかと。そしてそれを一人称の主観的な風景、一人一人のためのプレイメイクに手間をかけていく。これはみんなで手間をかける。それからそれぞれ個人個人の手間をかける。

単座の可動イスは、その点でもかなり有効だと思います。思い通りの場に運び、いろいろな方向に向いて座ることができるわけです。自在性をうまく使うことは、能動的な関係や自由な交流環境をつくることにつながります。1人の人がいて、隣にまた別の人がいるという状況を固定的な空間が支配するのではなく、柔軟に変化できる小さな要素が支えることによって、人

の自由な交流や賑わいが生まれやすくなるわけです。

今、動物や虫、魚のビオトープと同じように、人のためのビオトープづくりを意識することが必要だと思っています。人のためのビオトープに向けた椅子の役割については『BIOCITY (ビオシティ)』の最新号(60号) (<http://bookend.co.jp/>) に寄稿しましたので、興味のある方はご覧ください。

江戸時代の街を描いた絵図を見ると、日本ではイスが無いですが、これぞ人のビオトープと言いたくなる自由で様々な座り方や街の楽しみ方が示されています。すばらしい交流環境があったのだと感じますが、今はその多くが忘れられてしまっているのではないかと考えています。

そのような、私の言いたいことを書いたスライドです。大学院生の頃は、和辻哲郎の「風土」が愛読書でした。その頃に考えた気づきをこれまでずっと実践し続けて、今日までかかってしまいました。これからも、プレイスメイキングについて考え続け、実践し続けて行きたいと思っています。

最後に一言ずつお願いします。

三友 公益財団法人都市づくりパブリックデザインセンター (<http://www.udc.or.jp/publication/kikanshi.html>) の機関誌『都市+デザイン』の32号に「公的空間のデザインと使い方」ということで、私以外にもいろいろな先生方が寄稿しています。これはまだPDFになっていないのですが、UDCさんに連絡すると今は1000円で送ってくださるそうです。私が今日お話しした内容はドクター論文の内容なのですが、そこに概要を書かせていただいています。私のはあまりおもしろくないのですが、ほかの方のはとても参考になると思うので見ていただければと思います。

渡 今日、時間の制約があつて話し切れなかったことがたくさんあると思います。それぞれの原稿や論文、実践を見ていただければと思います。それでは鈴木さんからもお願いします。

鈴木 今日は、座談会と言ってもそれぞれ勝手にしゃべっていましたが、私としてはお互いにコミュニケーションがあったように思います。皆さま方の顔を見ていたら、うなずいて下さる方もけっこういて、コミュニケーションの機会にはなつたかなと思います。

まず、今日こういう場を設けてくださった国交省さん、日建設計総合研究所さん、それから皆さま方にお礼を申し上げます。ありがとうございます。

今日、いろいろな考え方や事例が紹介されましたが、ある意味では当たり前のことを言っているんですね。われわれが見て、ここはこうじゃないかと思ったことを素直に考え、コミュニケーションして、まちはこうやったら楽しいよね、落ち着くし居心地がいいよねといったことをお互いに言い合えるとよいです

ね。

既存の制度がある中でやれることもいっぱいあります。みんなが、まちをちょっとでもよくしていこうと思ってやることが大事です。今日、来てくださった皆さんもこれを機会に、これからもよろしくお願ひしたいと思います。

渡 私もそう思います。プレイスメイキングを考えるのに参考になる本として、サードプレイスを提唱したアメリカの社会学者であるレイ・オルデンバーグさんが書いた『The Great Good Place』という本があります。『サードプレイス』というタイトルで邦訳されています。

また『吉祥寺スタイル』は、三浦展さんと一緒に書いた本です。実は、国交省の富田専門官にお読みいただいた縁で、プレイスメイキングのシンポジウムや今日の座談会が実現したと言っても過言ではないと思います。

この本には50の項目が書かれていますが、親近感を持ってもらうためにすべてダジャレで書きました。三浦さんのおかげで専門的なことをわかりやすく書けましたので、読みやすいと思います。プレイスメイキングのヒントがかなり隠されています。吉祥寺のまちを紹介する本というよりは、吉祥寺の魅力を抽出して、ほかのまちの参考になるだろうということを解説した本です。先ほど鈴木さんのほうからお話がありましたが、もともと狭い路地みみたいな、江戸時代からの骨格みみたいな、そういった日本の資源。それから、いろいろな人々、業者の方がつくってきたさまざまな取り組みが全部、プレイスメイキングのよい方向にうまく使われている。当然悪いところもあるのですが、そういうところにはほとんど触れずに、よいところだけを引っ張り出しています。これからも、日本のまちの良いところや良かったところに注目していきたいと思っています。

ぜひここに来られた皆さんたちと一緒にプレイスメイキングについて考えて、実践していけたらと思っています。(拍手

