

第3回 都市の多様性とイノベーションの創出に関する懇談会

議事概要

日時:平成31年3月12日(火)9:00~11:00

場所:中央合同庁舎3号館6階都市局議室

市川ゲスト委員、岡本ゲスト委員、田中ゲスト委員、東浦ゲスト委員からそれぞれ資料に基づき説明がなされた後、委員はじめ出席者間において、主に以下の意見交換がなされた。

[東京の国際競争力]

森記念財団の GPCI(世界の都市総合力ランキング)2018を見ると、1位のロンドンは欧州で、2位の NY は北米でそれぞれスコアが突出しているが、東京はアジア都市のなかで極として突出するには至っていない。トップ2都市やアジア他都市と比較すると、GDP 成長率や外国人居住者数、女性・高齢者の社会参加等に課題が見られる。

東京の分野別順位の 2017 年から 2018 年の変化を見ると、環境以外の分野は横ばいもしくは順位を上げている。環境はスコアが近接しているため順位の変動が大きく出る傾向があるが、今後順位を伸ばすためには、世界的スタンダードの環境政策、再生可能エネルギーの活用推進、緑地面積の拡大等が求められる。

[国内都市の特色]

国内諸都市についてはランキングではなく、各都市の特性を明らかにするというコンセプトで JPC(日本の都市特性評価)を実施した。

クラスター分析の結果、保育・医療サポートと女性の活躍が見られる都市群(九州の都市が多く含まれる)、緑豊かで居住面積が広く交通渋滞が少ない都市群(北日本、日本海の都市が多く含まれる)、バランスの取れた総合力を有する地方の主要都市群といった特徴的な結果が見えてきた。

分野別スコアのトップ都市を見ると、経済・ビジネスで1位の大阪は強弱がはっきりしており、研究・開発では名古屋が1位、文化・交流ではハード・ソフト面共に強みを持つ京都が1位となっている。居住・生活では福井、環境では浜松が1位と、他分野とは異なる都市が上位にきている。交通・アクセスでは大阪、名古屋、福岡の大都市が強さを見せている。

英国ではロンドン以外の都市の競争力強化が課題となっており、日本でも地方都市の特性を伸ばしていく必要があるだろう。

[グラントレベルの賑わい]

利便性を重視した高層建築が必要な場合もあるだろうが、社会的なつながりを生むためには、地面に近いレベルで他者の生活や息づかいが感じられるような街並み(家、商店街など)も重要ではないか。

我々が普段「まち」を見ると、地面と建物の1階、すなわちグラントレベルを認識している。「1階づくりはまちづくり」であり、建物内部に多くの人がいるまちよりも、街中に人々が出歩いているようなまちに豊かさを感じられるのではないか。人口よりも、人の姿が可視化されているかどうか重要。

1階は建物の10%程度の面積だが、人生の経験の90%は1階で起きるとの説もある。

通りに面した1階が、マンションのエントランスや夕刻にはシャッターが降りるような施設ばかりになると、まちは活気を失ってしまう。

グラントレベルは個人の所有地であってもパブリック性があるという認識を前提にした制度設計が求められるのではないか。例えば、賃料を低く抑えて個人商店が入りやすくする、公開空地の利活用の促進、シャッター街を開けて営業した場合の税優遇などは考えられないか。

日本では敷地の境界に塀があり、グラントレベルの賑わいを阻害している。理想の田園都市として設計された英レッチワースでは、地区内の呼びかけで塀を立てないようにしている。

経済合理性に反して個別の建物がグラントレベルに配慮することは現実的でなく、ポートランドのような1階のデザイン規制や、補助等による政策的な誘導が必要ではないか。現行の補助金は用途やターゲットが限定されており、自由に活用できる空間づくりには馴染まないのではないか。

[コミュニティを可視化する「居場所」「サードプレイス」]

孤独は常態化すると、個々人の健康や社会の寛容性に悪影響を及ぼす。アメリカ、イギリス、オーストラリア等では、孤独を社会問題として捉え、NGO等民間主体の取組への支援が進んでいる。一方、日本では孤独が美化される傾向があり、その問題点が認識されていない。

コミュニティを形成するためには、「居場所」、そこに行くこと自体を目的にできる「行きつけ」、人と集まる理由、機会になる「生きがい」(祭、スポーツなど)が必要。

特に、会社員だった男性が定年を迎えると、地域社会に「場」がないためコミュニティが形成されず、孤独になりやすい。

「喫茶ランドリー」では、客層をターゲティングせず、誰もが用がなくともくつろぐことができる場とすることを目指した。その際、場のデザインが非常に重要。具体的には、「まちの家事室」というコンセプトでありながら、男性、高齢者、一人客にも利用しやすい空間づくりを心がけた。

コミュニティは既にまちの至るところに存在しているが、まちの中で可視化されていないだけである。集まり自由に活動できる空間を作ったことで、利用者がやりたいことを持ち寄るようになり、コミュニティを可視化することができた。

コミュニティは目的ではなく、結果である。まちなかで色々な活動がなされていることを許容し、可視化することが重要である。

また、イベントがないときも、ビジネスの打合せ、ミシンかけ、子どもを遊ばせるといった多様な使い方がされる場所になっている。異なるクラスター同士を恣意的に交流させることやコミュニティづくりが目的ではなく、多様なひとが同じ空間で自由に活動し、互いに「見える」「許容しあう」ための場のデザインが重要だと考えている。

多様な使い方がされる場所、意図的にまずコミュニティ形成を行う場所、どちらも複層的に存在する都市が魅力的なのではないか。他者の活動を許容する場所、特に公的空間のデザインのあり方を軸に考えられないか。

[都心と郊外の関係]

これまでのまちづくりは、職機能を有する都心の業務・商業、遊機能を有する中間の商業施設、住機能を有する郊外の宅地分譲・生活サービスで成立してきたが、働き方の変化、人口減少と少子高齢化の進展、都心回帰志向等により、変化が求められている。

駅から距離がある戸建てに居住する高齢者について駅近辺のマンションへの住み替えを誘導し、戸建てをリノベーションして子育て世代等に販売する取組も進めようとしている。本取組をより具現化させるためには、自治体・住民・事業者の3者で次世代のコミュニティリビングづくりに取り組むことが重要と考えている。

これからの郊外のまちづくりは、単なる住宅地ではなく、多世代の集いの場を中心に構え、身近な利便性の高い機能を揃えていくことが必要。これにより、職住近接の多世代、多機能、再投資、生産と消費の双方が行われる、自立した郊外住宅地へと再生を図っていけると考えている。

以上