

変えるものと、変えないことと

今回の東京生活ジャーナルは、横浜の野毛商店街を取り上げます。この地では1990年代半ばに、当時予定されていた東急東横線桜木町駅の廃止や隣接するみなとみらい地区の整備を見越し、街の活性化を目的とし、横浜市の整備事業の一環としてまちの景観作りを進めました。その時に想定されていた周辺の変化が現実のものとなった現在、当時仕掛けたものの効果は果たしてどのように生きているのでしょうか。まず今回は、整備事業に建築家の立場で関わった山口勝之氏へのインタビューを通して、事業の経緯からお伺いします。



野毛地区の位置(編集局作成)

◇野毛の歴史

JR 桜木町駅からほど近い、野毛商店街。野毛の街づくりは、1859年の横浜開港に伴い神奈川奉行所が置かれ、付属施設として野毛に役宅が建てられたことに始まる。明治維新後は、一部の建物が官舎に転用された他は、旧幕府施設の大半は廃止になり、民間に貸与されることになった。そこへ、開港場へ繋がる横浜道の拠点として商人や職人が全国から集まった。こうして、商人の街、野毛が築かれていった。第二次大戦後は闇市としてごった返し、高度成長期には全国有数の活気に溢れる街となった。数々の映画や小説の舞台としても有名である。



左:JR桜木町駅から野毛方面に向かう地下道入り口

右:野毛方面からJR桜木町駅越しに見えるランドマークタワー

横浜の新都心ともいえるみなとみらい地区と、怪しい大人の街・日ノ出町の間で立地し、周辺を住宅地やビジネス街が囲む地理的な位置と、繁華街としての長い歴史が野毛の複雑な表情を作っている。飲食店は、立ち飲み屋や手軽な居酒屋から本格料理店、食通の集まる隠れ家、極小バー、ライブハウスまで多種多様である。野毛の面白さは、このような多彩な飲食店が並ぶ間に、住宅、医院、床屋といった市民生活の場と、ソーブランド、ファッションヘルス、ラブホテル、ストリップ劇場、成人映画館などが明確な境界もなく混じり合う光景にある。日常と非日常が同居する街なのである。

◇街路整備に至った背景

1990年代半ば、みなとみらい線の開通に伴う東急東横線横浜駅～桜木町駅間の廃線が決まり、桜木町駅利用客の流れが当時開発中だったみなとみらい地区に流れてしまうことが予想された。また、四方を幹線道路と川に囲まれ、夜の営業が中心で、歩行来街が大半を占める野毛地区へのアクセスが容易でなくなる状況も生まれ、陸の孤島状態が進んでいた。このような要因に加えて、交通環境の発達により他の商業地区へのアクセスも容易となり、来街の目的性が高くなければ、集客が難しい状況となった。こういった交通環境・商業環境の変化に対応するために、この街に来てもらえる「来街の目的」を強化することが重要であった。そこで、「ここでなければ」「ここに来たい」と思わせる新しい魅力の創出のために、当時横浜市が行っていたライブタウン整備事業の一つとして街の整備に着手したのである。



野毛商店街の光景

◇ライブタウン整備事業

横浜市のライブタウン整備事業は、公共施設整備（道路、公園、橋など）ではなく、横浜市の商店街振興施策として、商店街の個性を活かし、ハードとソフトが一体となった整備のために支援されるもの。「商店街の道路がきれいになる」というだけでなく、「どうしたら商店街全体が良くなるのか」を考え、ハード整備後も継続できるソフトをも含めた整備を行うことを目的としていた。

参考資料: ノゲ劇場 野毛界限一、野毛地区振興事業協同組合

変えるものと変えないことと 山口勝之氏インタビュー

山口勝之氏プロフィール

(株) ユーディーエー 建築家・都市計画家

1981年東京工業大学工学部建築学科卒業。

都市からプロダクトまで環境全般のデザインをフィールドとする。お台場「デックス東京ビーチ」の建築基本計画及び商業環境デザインほか、活動は多岐にわたる。一級建築士、日本建築家協会登録建築家、技術士（都市・地方計画）。



インタビュー風景(山口勝之氏)

— 野毛商店街の街路整備にかかわった経緯についてお聞かせください。

◇危機感が街の整備を促す

そもそものきっかけは1990年半ばに、東急東横線が桜木町に来なくなり、みなとみらいの方に地下鉄、地下化する計画が出たことが発端です。みなとみらい地区も徐々に整備され、若い人たちはみんなみなとみらいの方に行ってしまうという状況が見えてきました。この計画を始めたのが1997年なのですが、その頃から、今から手を打たないとまずいという雰囲気になっていました。これは横浜市が音頭を取ったのですが、市が補助金を出すので、今のうちに野毛の街として何か対策を考えたほうがいいのではないかと街に対して発信をしました。それと同時にコンサルタントを付けて、勉強会やりなさいということで始まりました。我々が縁あってそのコンサルタントをやることになったのです。

◇まずは勉強することから

1996年の時点では、地元の人たちにとって、それまで街づくりということを考えてこともないし、特別危機感も何も持っていなかったのが、いきなり「危ないから何か考えるように」と言われても、どこから手を付けていいのか分からない状況でした。そこで、まず

勉強会を始めることにして、他の街を視察して、そもそも街づくりとはこういうものかどうか、お客さんをどう考えるのか、などこ今後のあり方などについて1年間かけて話し合いました。特にハードのことは何も触れていません。勉強会の主体はその商店街の人たちで、我々が講師で参加をして、いろいろ話し合いました。それに対して市の方も横にいて、アドバイスをするというだけでした。

勉強会の参加者は、横浜市の呼びかけに対して手を挙げたのが、4通り、街で5人でしたので、その4つの通りで、当初は定期的集まるのが各通り、1人か2人でした。まあやるぞ、と言ってもやはりやる気のある人は限られていて、その通りの会長さんなどは一生懸命でしたが、他の人はまあそれほど関心無いというか、そんな感じでしたね。

— 裏を返すと、実情はそれほど困っていない、という認識が強かったのでしょうか。

◇危機感より意識の高さ

当初はそうだったと思います。横浜市の働きかけがあって行っているというような感じでした。この整備事業というのは、横浜市が補助金の25%を出し、それに合わせて神奈川県も25%出すんですね。残りの50%のうちの9割は別の財源があって、実質地元の人たちの負担額は5%しかないという、極めて良い条件なのですが、手を挙げる人がそれほど多くなかったということは、今のままで何も問題がないと思っていた人が大多数だったんだと思います。野毛は、他の商店街に比べたらまだまだ来客数はあるし、深刻ではないんですよね。実際にこの勉強会に参加する人というのは、むしろ意識が高い人なので、お店もきちんと経営されている方達なんです。回を重ねるごとに、だんだん言葉が通じるようになり、最終的に4つの通りを整備するのに10年以上かかったのですが、十何年の付き合いになって、最後はほとんど友達みたいになりました。

— 1年目は勉強会を通じて、コンセンサスを図っていく感じだったのですね。

◇1年目の収穫 —問題の把握

本来の目的は、将来沈みゆくだろう商店街をどう活性化させるかということなので、彼らの意識を高めて、彼らが我々のいなくなった後、どうやって街づくりを自分達でやるのかということを見つけなければいけないですね。当初はそれに向かって、勉強会をできるだけやりました。私はそれほど参加していないんです。我々はデザインをする立場、ハード側の立場なので、その頃一緒に仕事をしていた商業関係のプランナーのような人に入ってもらって、ワークショップのネタや話題を出してもらったりしていました。まず四つの通りで、まち全体としてどうするんだという話をしました。1年目は特に結論めいたものはなく、何となく問題が見えてきたかなという感じでした。

— 具体的なデザインの計画はどのように進められたのでしょうか。

◇ 街全体のイメージを共有することから

2年目は同じ四つの通りで、街全体を具体的にどのようにしていきたいのか、各通りの特徴や目標は何なのか等について話し合いました。実は、僕が参加し始めたのは、この年度の終わりぐらいからです。まず四つの通りだけでなく、街全体の目標を決めようと思いました。四つの通りそれぞれの個性はあるけれども、全体の印象としてはどうなのか。これはソフトの話になりますが、女性が来やすい街にしたいとか、デザインとしては和風の街のイメージ、といったことを全部の通りで守っていく。その上で、各通りの個性を出していこうという議論をしました。だから、もし今後他の通りを整備することになっても、この街全体の枠組みをまず説明することになると思います。

— その枠組みを決めるプロセスは、どのような感じだったのでしょうか。

◇ 自由に意見を出せる雰囲気づくり

街の人からどんどん意見が出ることを期待していたので、わりと初めのころはできるだけこちら側から出さない、特に1年目は絵を一切描かないようにしていました。こちらがあまり出し過ぎると、当然それに引っ張られてしまうこともあると思ったのです。2年目は具体的なデザインの話になるので、イメージ画を出しました。ただそれも、あまり収斂しないように、どんな意見でも大歓迎というスタンスで、できるだけ街の人から議論を出せるようにしたつもりです。各通りの計画も同じようなスタンスで進めていきました。最終的に、通りごとに言葉や写真を用いてコンセプトを決めました。

— コンセプト決定から実際のデザイン提案まではどのように進められたのでしょうか。

◇ 複数案から候補を絞る

実際のデザインは、そのコンセプトをもとに検討しました。通りや商店街の構成要素の中で、店舗の外観を除くと、街行く人々に通りのイメージを視覚的に強く印象付けるのは、その通りの顔とも言える「アーチ」「路面」、付帯設備として「照明」であると考え、デザインに当たりいくつかの基本的な留意点を出しました。その上で、それぞれの通りで、要素ごとに複数のデザインを提案しました。最終的に実施計画案として4案程に絞り、実施デザインの選定は設計工程でより詳細に検討して決定しました。



街路整備後の街の様子

左上:野毛中央通りのアーチ、右上:野毛仲通りの道路舗装

左下:野毛こうじのアーチ、右下:野毛中央通りの道路舗装

— このデザインプロセスは結果として上手くいったのでしょうか。

◇ 時間とともに理解が深まる

最初の頃手がけた通りでは、なかなか僕らの意見と街の人の意見がかみ合わず、街の人の中でも意見の相違がありました。ですから、最初の通りの設計の時には、とても苦労しました。しかし、やはり時間というのは非常に助けになる場所があって、二通り目、三通り目と積重ねていくうちに、僕らも街の人の気持ちが分かってくるし、彼らも実際にできあがった通りを見ると、ああそういうことだったのかとお互いに理解が深まってきたのです。ですから最後の通りは、非常にスムーズにいきました。相当色々な議論もして、僕らとしても最後の通りが一番よくできたと思います。

◇ 野毛の特色を生かして

野毛の街は、個々のお店の面白さで成り立っているところだと思っています。ですから、今の手法で良いのかなと思います。野毛は多様な後背地を持つ立地から、多様な需要に合わせて複雑は繁華街になりました。一見、異種の業態が持ちつ持たれつ共存しているように見えますが、実際には商店街の連携は弱く、異業態がたまたま隣り合わせに営業しているに過ぎません。それでも、この街が魅力的に見えるのは、結果として様々な人々が行き交う賑わいが、誰にも疎外感を覚えさせないところにあるように思います。ですから、目印になるようなものや、人が集まる中心をつくるというのは、この街には似合わないでしょう。そういう意味では、野毛はこういうやり方で、それぞれ自分のお店の前をと自分の

お店をきれいに良くしていく、面白くしていくという方向が積み重なればいいと思っています。

— 街路整備をきっかけに個々の商店が自分の店の前に働きかける仕組みのようなものがあつたら、面白いような気がします。

◇ 当時はハードの話だけでした

街路の整備に合わせて店舗も改装するというような話になればという期待はありましたが、実際にはなかなかそうはいきませんでした。最後の通りを整備していた頃には、東横線が来なくなり、客足がガクンと減ったんです。街の人たちもこれは本当にまずいと思い始めたのと、実際に空き店舗も出たこともあり、何とかしようという動きが実際に出ました。切羽詰まって、こういうことが出てきたということはありませんね。

実は今、原宿の竹下通りの開発相談を受けて、やはり同じようなことをやっています。お店の情報を、センサーや街路灯など道路上にあるものに仕込み、そこに来た人が携帯を使って受信できるような仕組みをつくらうとしています。それをハードの整備に合わせてやろうと話を進めているところです。これは原宿の人たちと話をしている中で出てきたことなのですが、野毛でもこういうことができれば良かったと思いますね。当時はまだハードウェアの話だけでしたので。

— 建築家がまちづくりとしてハードを整備することについて、どのようにお考えでしょうか。

◇ 格好良さよりも面白さを

僕等は仕事柄、新しいことをやりたがる傾向にある。つまり、既存のものではない何か新しいことをやりたがるのが、僕らの習性ではないか思います。しかし、そういうことは抑えよう、やりすぎないようにと思っていました。格好良くなつてはいけないなど。むしろ怪しげだとか、よく分からないとか、まったく反対のところが非常に面白くて。今までの野毛の魅力をもっと補強できないかなというようなことを、いつも考えていました。そういう意味で、格好良いというよりも、面白いものをつくらうということを考えていたという感じでしょうか。本来、こういう街は誰かがデザインしたわけではなくて、自然発生的にできあがって、それが魅力になってきたところですからね。それを後からビシッと整備してしまつたら、その魅力がなくなってしまうですね。

◇ 建築家にふさわしい仕事

建築家の仕事は、形をつくるというよりも、むしろコミュニケーションをどうまとめるかだと思います。クライアントに対して、別の意見を出したり、他の人の意見を聞いて調整をしたりするのが仕事だと思います。例えばビルを建てたいとクライアントが言えば、

そのクライアントは基本的には自分のそのビルをいかにきれいにするか、いかにお金をも
うけるかということを考えていますよね。それに対して建築家は、それに応えるだけでは
なくて、街に対してどうなのかということも当然考えなければならない。ハードを整備す
る仕事も同じ話だと思います。誰のものでもない隙間のような空間を、それが突出しない
ように他と調整していかなければならないので、自分の思い通りに出来るデザインの幅は
狭い。けれども、やることは基本的には同じだと思います。建築家がやるのに一番ふさわ
しい仕事だと思います。

変えるものと変えないことと 田島一宏氏インタビュー

山口氏と同様に野毛商店街の街路整備事業に携わった田島一宏氏に、特に住民を対象としたワークショップの成果や意義についてお話を伺いました。

田島一宏氏プロフィール

長年博物館施設事業に携り、地域と博物館との相互関係や博物館が地域活性化に貢献できる役割など、博物館アイデンティティの計画実務を蓄積。「野毛地区ライブタウン整備事業」の他、「青森県立三沢航空科学館」全体プロデュース、「金沢21世紀美術館」運営計画などを担当。

現在、(株)環境計画研究所取締役。



— 野毛商店街の街路整備にあたり、最初の1年間はワークショップを通じて現状の問題把握を行ったと伺いました。ワークショップを始めたきっかけやその経緯についてお聞かせください。

◇同じ方向を向いて一緒に考える

この手の事業は行政から委託をされて始めるのですが、最終的な業務の成果というのはモノを作ることになります。野毛の場合は、街路灯、街路舗装やアーチという、ハードの整備をすることが委託の内容でした。普通こういう事業を委託されると、いきなりデザインに入ってしまうことが多いんです。デザイナーは、街の文脈を読み取ってこうですよとか、ああですよと、理屈はいろいろ言うんですが、それは自分のデザインの正当性を表現するためのものでしかなくて、事業本来の意味がそこに込められているかという決断してそうではないのではないかと。我々は以前からそんな疑問を持っていました。

私には、街づくりというのはコミュニティという良好な環境形成であり、そのためには、街に関わる人が事業に参加して、その事業に愛着を持ち、誇りに思い、自分たちのシンボルにしていくというものでなければならないという持論があるんです。ですから、いつも必ずこういう事業を始めるときには、みんなで同じ方向を向いて一緒に考え方を作っていきましょうとワークショップを企画しました。

ワークショップは1年間かけてやったのですが、どういうスキームで、どういうフェーズでやっていくかということは、事前に大きなシナリオを作りました。最初は事業そのものを街の人が正確に理解すること。次に事例を見るために他の街への見学。その上で、自分たちの通りに置き換えた時に、何を考えればいいのか、何を議論すればいいのかを話しあうこと。このような流れで進めていきました。

◇先例から学ぶ

ワークショップの時に一番大切にしたのは、事例を一緒に見に行くということでした。野毛と同じ助成を受けていた浅草のような、古い昔からある通りというのを中心を選んで見に行き、そこで必ず同様の経験した人たち話をさせていただく機会を設けました。そうすると、やはり認識が変わってくるんですね。自分たちはもう少し真剣にやらなければならない。あるいは、もっと自分たちの意見を出し合って議論をすべきだ。そういったことに気づいていったようです。我々外部の人間が何か言っても、結局街の人と同じ目線で言っているとは思われないんです。ところが、事例を通じて事業を経験した同じ商店街の人たちから意見を聞くと、非常にストレートに理解されるような感じでした。

◇共通認識が持てるように

幸い野毛の場合、みなさん積極的で勉強会開催時の参加率は高く、なおかつ意見も活発に出ました。ところが物事に対してそれぞれの考え方は違っているので、そこはばらつくわけです。それをハード整備ということを通じて「この通りをこういう風にしていこう」と意見を集約していく作業を行いました。このプロセスはなかなかつらいものもありましたが、通りをどのようにしたいか、その通りに対して自分達はどうあるべきかという共通認識を持てるようなことに繋がったよう気がしますね。

— 色々ある意見を集約させるのは難しいと思います。最後は具体的なデザインを描くことになると思うのですが、そこまでのプロセスはどのような感じだったのでしょうか。

◇まずは機能への理解から

例えば街路灯のデザインの話をする時、最初にそもそも街路灯の機能とは何なのかということ、きちんと理解してもらおうということが必要でした。単に景観を良くするためにやるのではなくて、まず機能があって初めてその物の存在価値があるわけです。そういう意味では、やはり機能を必要としているんだという認識を共有しました。そして次の段階で、ではどういうデザインになっていくのかという話になります。そこは当然好き嫌いがあありますが、でも、我慢強くみんなの意見を聴きながら、相当スタディーと一緒にし

て、こういう形のもの、こういう高さのもの、ということをもとめていきました。皆さんが理解しやすいように、模型もたくさん作りました。1年間という時間的なゆとりがあったから、できたことだとは思いますが、逆に言えば、こういうことをするためには時間こそが必要なんです。



野毛仲通りの照明灯

— 街の人はこの事業の成果をどのように受け止めているのでしょうか。

◇参加意識が誇りへつながる

愛着はあると思います。実は今も時々付き合いがあり、野毛へ行くとみなさん声をかけてくれるんです。ですから、出来上がったものに対してどういう評価をしているかというのは、おそらくそれぞれの思いがあるとは思いますが、この事業を通じて、自分たちが参加してこれが出来上がったということに対しては、みなさんすごく誇りを持っていると思うんですね。

この手の事業は、少なくとも街の人たちが、「これが好きです」と言えるかどうかということに尽きると思います。「実は気に入らないんですよ」と言う人が沢山いたとすると、いくら建築デザインの雑誌で取り上げられたとしても、やはりその物としてはその場にふさわしいものではないと思います。

— 最近の社会の流れはすぐに結果を求める傾向にあるような気がします。1年もの間、何も作らないで議論だけをするのに対して、しかもそれに公的な機関がお金を出すのに対して、否定的な風潮もあるのではと思います。その辺りのことについてはどのようにお考えでしょうか。

◇街の人の気持ちを1つにすること

近年の行政のまちづくりのスタイルというのは、やっぱりどうしても成功事例の二番煎じを狙ってやっているというイメージが強い気がします。その地域独自のアイデアを思い切ってやってみるというそういうケースは少ない気がします。彼らは例えば熊本の黒川温泉とか、民間の事業者が一生懸命やって成功した事例とかをたくさん見に行くわけです。そういうのは見るんだけど、じゃあそこでなぜそういう風になったのかという過程の話とか、そこに関わった人たちの気持ちの部分というのは勉強しないんですね。結果でしか見

ない。表面的にああすればいいんだというようなやり方でやられているケースが多いんじゃないかという気がします。

やはり街づくりというのは、街づくりに関わる人たちの気持ちをいかに一つにして、みんながそれに対して合意をする環境をどうやって作るのかということが、おそらく仕事の半分以上を占めると思います。そこが出来さえすれば、そこから先はプロフェッショナルがそれぞれの仕事をして、手続をきちんと経ていけばいいわけです。しかし、人間の気持ちを一つにするとか、合意を形成するとかという非常に情緒的なことは、プロフェッショナルが一人いればできるという話ではないわけですから、ある程度の時間はかかると思います。そういうことにこそ、もっと注目しないといけないと思います。時間をかけるからこそ、最初に言ったような、街の人の愛着や誇りができるんだと思いますし、実はそれが街にとって一番大切なことなんだと強く思います。

まちづくりをどのように評価するか -愛着を測ることの可能性と必要性-

編集局 添田昌志

◇時間をかけたことの効果

今回のインタビューで山口氏、田島氏がともに強調していたことは、まちづくりにおいては住民と意見を交換して集約していくプロセスこそが大切であり、そのプロセスがあるが故に最終的に整備されたものに対して愛着や誇りが生まれるということであった。そして、そのようなプロセスを踏み、お互いに理解し合い、合意形成していくには時間がかかるので、この時間に対する理解を、整備事業を行う行政の側は持つべきだということが述べられていた。

おそらく、上記のようなことは行政の中でも一部の担当者は分かっていることかもしれないが、時間をかけたことの効果을何かのデータで示すことによって、より多くの人にその重要性を理解させる必要があるのではないかと、私は考える。

◇人の主観によって評価することの意味

田島氏が最近関わっているまちづくり事例では、補助金を出す側が評価として求めているものは、事業実施前と実施後の人通りの変化なのだそうである。田島氏自身は、それも1つの評価軸かもしれないが、そのような単純な定量的な指標だけで、しかも実施した翌年の1年間の変化だけで、まちづくりの効果が測れる訳がないと憤慨されていた。評価とは、そこに人が新しく愛着を持てるようになったかとか、その街を好きになったかとか、あるいはそれによって何か自分たちの生活が変わったかとか、そういうことでなければならない。

私もこの指摘に強く共感する。まちづくりの意味とは、知らない人がどれだけ多くやって来たかということではなく、一義的にはその街に住んでいる人の内面、主観の変化であるべきだと思う。そもそも何事においても人の意識や評価を変えるということは大変難しいことである。まちづくりにおいてその難しいことを成し遂げたのであれば、なぜそのことを評価しようとししないのだろうか。そしてまた、事業のプロセスに時間をかけることの意義は、その効果が持続的に長く維持されることにこそあるかもしれないわけで、なぜ評価も長期的な視点で行わないのだろうか。

◇誰に何を伝えるために研究するのか

実は私は大学に勤めていた折に、人々の街に対する愛着を測定する研究を行ったことがある。愛着をどのような指標（質問項目）で測るのかということも難しいのだが、当時はそれ以上に、誰を対象に何による愛着の効果を測るのかということ、そもそもの研究の前提に当たる部分なのだが、その設定に一番苦しんだ記憶がある。つまり、当時、大学とい

う井の中に閉じこもっていた私には、街への愛着を変化させうる要因や愛着を測定することの社会的な意義がよく分かっていなかったのである。

今回のインタビューを通して、野毛商店街のようなプロセスを経て整備された街こそ、そのような愛着の研究対象にふさわしく、そしてその結果を関係者に伝えることが強く求められているのだということに気付かされた。よく、人の主観というのはいいかげんなものなので、だから通行量や経済的指標などの定量的指標を評価に用いるべきだという意見がまことしやかに語られる。上で田島氏が述べられている例はまさに典型であろう。しかし、我々の研究分野では、愛着を測定するいくつかの指標が提案されている。今こそ、それを野毛のようなフィールドに持ち出し、真にまちづくりがもたらす効果を評価して、人々に広く伝えるべきなのではないか。きちんと意図を持って取り組まれていることの効果を正しく評価し、それをより多くの人に伝え理解させることで、取り組みの事例を増やしていくことにこそ、研究の意義があるのではないか。私に関係する分野の研究者の方々にも、そういう意識を持って研究、発信に取り組まれることを強く訴えていきたいと思った。