

これからの都市生活を考えていくための
新世代コミュニティの研究

工学院大学
遠藤新

研究の背景と目的

- 来るべき定常化社会に向けた都市改編(再生)の中で顕在化するであろう様々な地域的事象に対し、**新世代コミュニティ**がいかに貢献していけるのかを多角的に分析考察する。
- 定常化社会のまちづくりにおいては「地域」として顕在化するコミュニティの存在が重要。そのための核となり、まちづくりの牽引役となるのがテーマコミュニティとしての新世代コミュニティではないか、との仮説を検証する。
- 新世代コミュニティのまちづくりとして東日本大震災をどう考えるのか？

研究対象

- H23年度: 青学アスタジオ・・・「拠点」としての活動
- H24年度: 「エリア」としての広がりをもった新世代コミュニティの活動

用語の整理

コミュニティ

- 人間が、それに対して何らかの帰属意識を持ち、かつその構成メンバーの間に一定の連帯ないし相互扶助(支え合い)の意識が働いているような集団
人と人の緩やかなつながりが生活や人生の質に関わる豊かさをもたらす元になるのではないか？

都市生活者

- 地権者や住民だけでなく、その街が生活の一部として欠くことができない人々
- 消費来街者、就業就学者、居住以外にその「街」に居場所を持つ人々などの総称

新世代コミュニティ

- 都市生活者のつくる緩やかなコミュニティ
- 地縁的でないが、「街」という「地域」への共感が集団の帰属意識のもとにある
- 新参者のコミュニティとしての属性が、都市再生のまちづくりにおいて重要？

第1章 都市再生と新世代コミュニティ

第1章 都市再生と新世代コミュニティ

■都市再生を巡る課題

- 都市の空洞化と衰退、経済対策としての「都市再生」プロジェクト
- 都市の縮小、高齢社会への対応、東日本大震災からの復興、環境

■都市再生はどこに向かう？

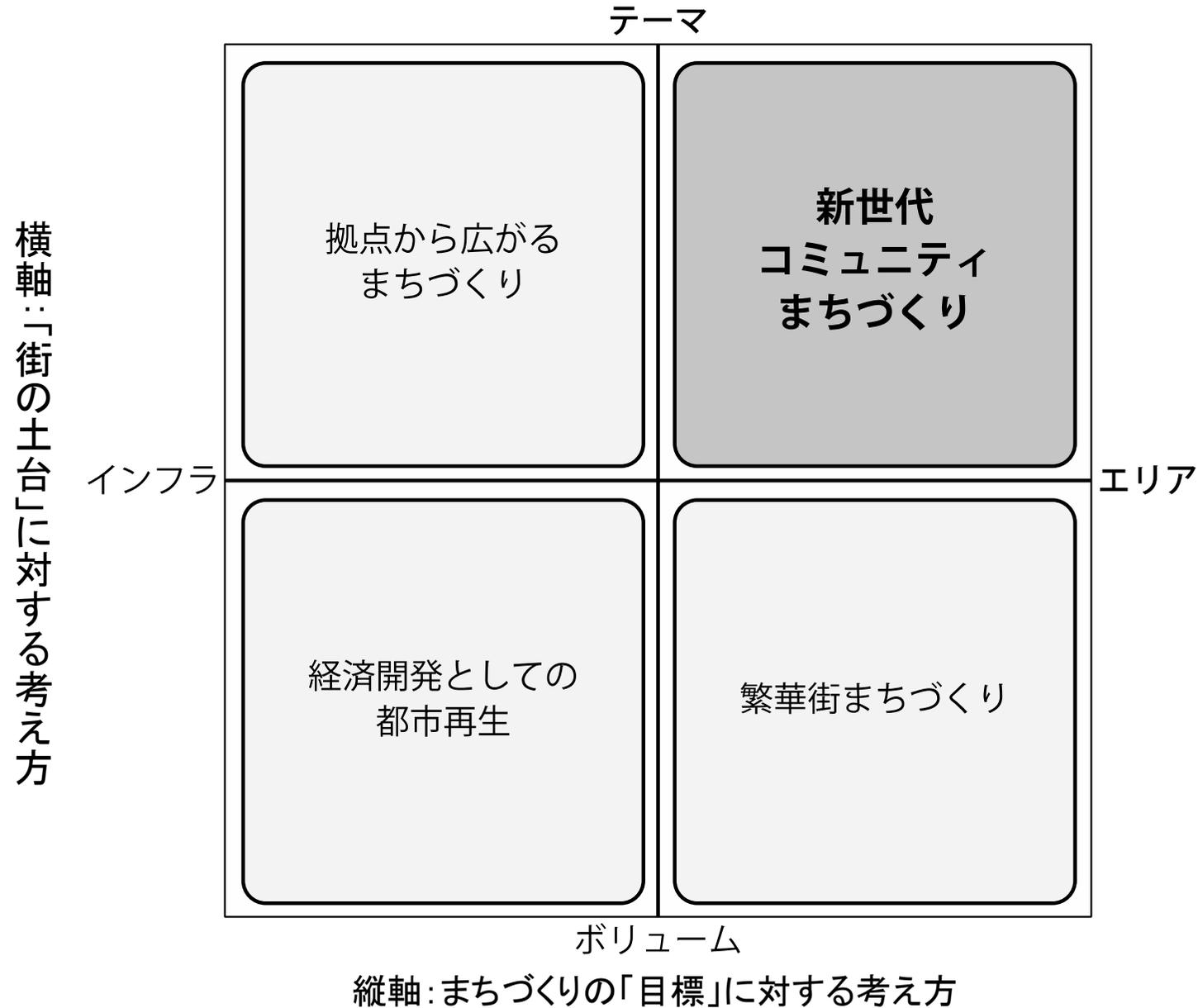
- 新世代コミュニティが求める都市再生まちづくりのキーワード
「賑わい」「創造性」「多様性」「環境持続性」

■新世代コミュニティによるまちづくり

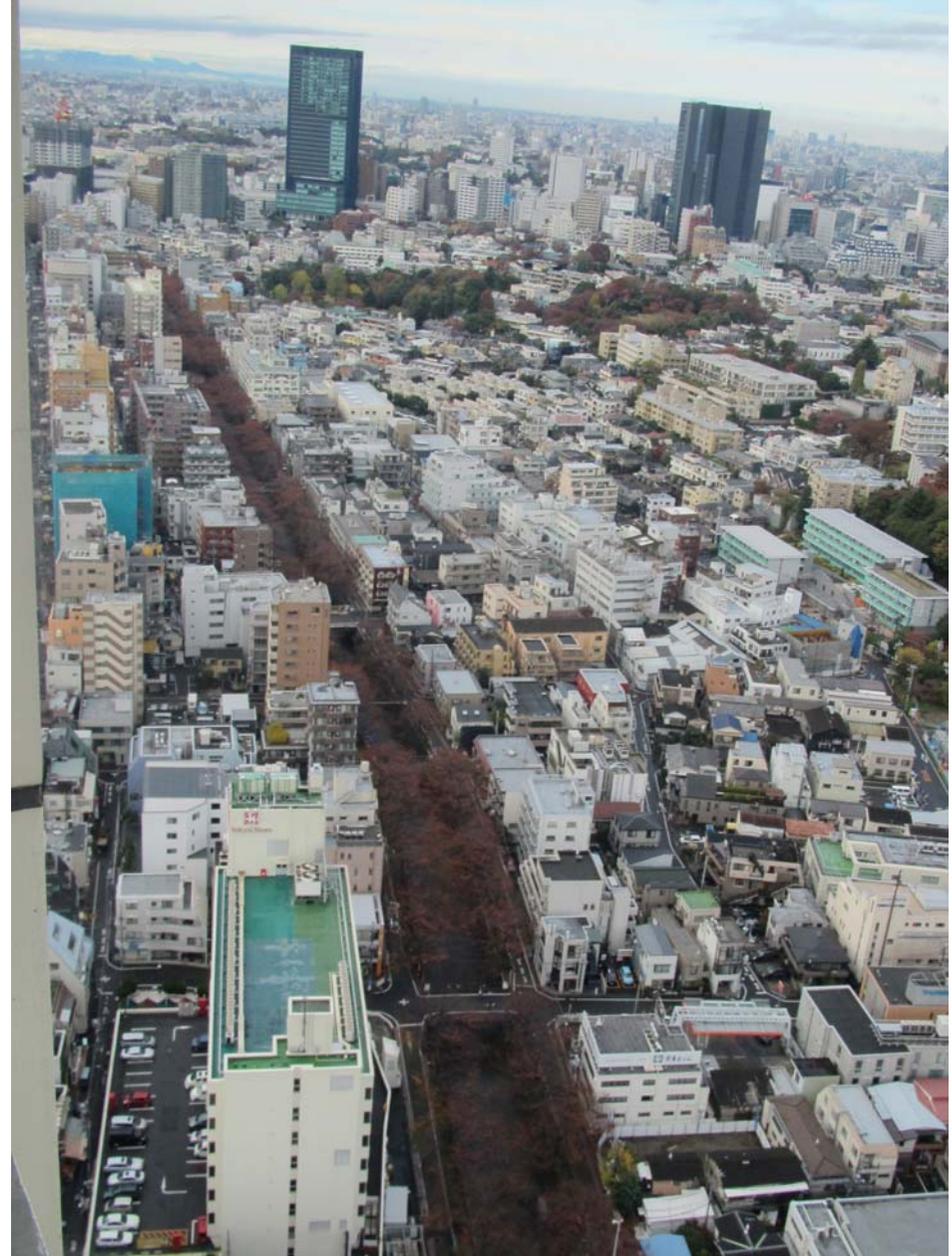
- 新世代コミュニティは、地権者や古い住民によって構成される古い意味での地縁的なコミュニティとは本質的に異なる新参者のコミュニティ
- 新世代コミュニティによるまちづくりは、土地所有(地権)から得られる果実ではなく土地の利用から得られる果実(交流、賑わい)を求める
- そうした果実をインフラではなく、地域(エリア)から育成していくのが新世代コミュニティによるまちづくり

第1章 都市再生と新世代コミュニティ

都市再生における新世代コミュニティのポジション(旧来型の都市再生PJとの違い)



第1章 都市再生と新世代コミュニティ



新世代コミュニティまちづくり

第1章 都市再生と新世代コミュニティ



拠点から広がるまちづくり



経済開発としての都市再生



繁華街まちづくり



繁華街まちづくり

第2章 テーマとエリアからの都市再生

第2章 テーマとエリアからの都市再生

■テーマの価値

- 新世代コミュニティのまちづくりにおいて具体的にテーマになり得るもの
→ 「街」という場所を体験する中から実際に認識できるもの(体験から共有)
- 現実空間としての街を体験する中でテーマを認識していくには？
→ 街の体験を概念化する「物語性(ストーリー)」が必要
- 街での体験を「物語性(ストーリー)」として概念化するには？
→ 物語性をもって形成されてきた市街地環境(生活環境)であることが必要

■エリアの価値

- エリア・・・新世代コミュニティが共有している「街」としての空間を抽出する概念
- ある街に新世代コミュニティが形成しているということ
= 他エリアとの差異が、当該エリアの「固有性」として認識されているということ
- 「エリアブランド」「地域ブランド」
主に経済的な側面から地域を捉えたときの、生活者が認識する様々な地域イメージの総体
(観光資源, 特産品, 生活資源と結びついた「個別ブランド」に支えられたもの)

第2章 テーマとエリアからの都市再生

■テーマとエリアを結ぶもの

- 新世代コミュニティのまちづくりには「テーマ」と「エリア」という各概念が必要
- テーマを顕在化させるには街の体験を概念化する「物語性(ストーリー)」が重要
- エリアを顕在化させるにはエリアの固有性を認識させる「ブランド」がそれぞれ重要

<「テーマ」と「エリア」の両者を結びつける活動>

コミュニティ・ビジネス

個人が地域との関わりを取り戻す中で、地域における様々な役割や仕事を見だし、個人も地域も豊かになっていく。自らの活動可能な範囲として地域というエリアを再認識することになり、地域に眠る様々な資源の発掘と活用が、地域における多様なテーマの活動の創出につながり、多角的なライフスタイルの創出につながっていく。

テーマを用いたエリアのブランド化

あるエリアにテーマコミュニティが形成し、さらにそのエリアがブランド化されているようなケースの典型例に中目黒の目黒川沿いのリノベーション店舗群がある。

コンテンツとエリアのプロデュース

「何のために」をエリア価値向上と位置づけることによって、「テーマ」と「エリア」を結びつけるまちづくりが可能になると考えられる。

第3章 新世代コミュニティの空間

米国ダウントウンのテーマ・ディストリクトから

(中間発表にて大半は報告済み)

第3章 新世代コミュニティの空間

■ 個性的なエリアをつくるまちづくり

- 市街地に個性的なエリアをつくること・・・テーマ地区の重層化した市街地への転換
- 多様なテーマ地区を持つ市街地・・・経済・社会環境の変化に対するリダンダンシー増大
- 多数の個性的なエリアを持つ市街地は、多様な外的変化に耐え、そこから再活性化する蘇生力を備える。

(「個性的なエリア」・・・複数のテーマ地区が集積したエリア)

■ 日本のまちづくりへの視点

- 日本の地方都市中心市街地・・・断片化の進行(未利用地や空き家空き地の増大)
- ここから中心市街地の空間再編機会を考えるならば、市街地を個性の顕在化したエリアに転換するための計画的で能動的な対応が行政や街づくり組織に求められる。

第4章 エリアを個性化する新世代まちづくり

第4章 エリアを個性化する新世代まちづくり

■系を再生するまちづくり

<都市空間>

- 都市は多様な秩序と無秩序が複雑に入り交じった存在
- 現実の都市空間というのは、秩序・無秩序の諸々が統合され、ひとつの形をなしたものの
- 都市空間の背後には、建物やインフラの仕組み、自然体系や生態系、文化や風習、諸々の社会的制度、表裏の社会的関係など、異なる秩序に従うさまざまな「系」がある
 - テーマコミュニティも一つの系
 - 多様な系が様々なスケールで積層、相互に動的に関係した結果として、都市空間が成立

<都市空間をつくる>

- ある「系」をレイヤーのように可視化し、「系」内の整合性と「系」間の調整を図りつつ、つまりそれら複数の「系」を有機的に関連付けながら、ひとつの空間に統合する
- 全体を可視化できる「系」は(物理的なシステムや制度などに)限られているから、実際には系の不可視部分の変動を許容する動的なプログラムと合わせて、動的に都市空間を制御していく
 - アーバンデザイン

第4章 エリアを個性化する新世代まちづくり

縮小する地方都市・・・既存のさまざまな「系」が断片化, 縮退, 失われつつある
地方都市の再生・・・「系」をいかに再生するか？

<「系」の再生にむけたアプローチ>

地域資源を有機的に紡ぐことによる, 新たな「系」の創造

- 地方都市の現場において地域資源に着目した取り組みが地域の再生に有効である。
- 空き家や空き地, 食材や自然, 人材, 文化などさまざまな要素が潜在的な地域資源。
→ その価値を発見し, 新たな系としての有機的な関連づけができるかどうか

既存の「系」の編集

- 断片化・脆弱化した系を再点検し, 将来性の観点から地域資源の関係を再構築し, イノベーションと共に新しい「系」を創造していくこと。

「系」の広がり由市街地の限られたエリアに誘導するなどの, 「系」の集中化

- 多様な「系」のつくる各エリアの集合体として都市を再構築する手法は, 実は米国にある空洞化した中心市街地(ダウントウン)の多くが再生するために進めてきた手法でもある。

第4章 エリアを個性化する新世代まちづくり

縮小する地方都市、その都市空間に現れる「街らしさ」を維持・再生していくには？

土地の所有区分で単純に空間を区切らず、多様な利用に開かれた都市空間を形成する

- 都市再生の目標のひとつ・・・交流人口や来客数の増加による「賑わい」の創出
- 人の集まる「賑わい」に街らしさを感じるのは人の密集度合いによるものではなく、その場所が多様な人に開かれていることを感じさせるから。単純に数を増やせばよいのではなく、その開かれた状況をいかにつくり出すかが都市空間形成の課題

空間(ハード)を支える仕組み(ソフト)を育みながら都市空間を形成する

- 「街らしさ」をより持続的なものにするために必要
- 都市空間の利用者は多様→都市空間(の持つ街らしさ)を支える仕組みの構築には協議と合意形成が必要(地域のルールをつくる・・・新たな公共的価値を醸成するプロセス)
- まちづくりの協議にも弱点はあるので、それを補完するため話し合いで合意しきれない部分を、都市空間というひとつの姿にまとめて空間的に解決する方法を実験的に示す「社会実験(実証実験)」のアプローチが時に有効。社会実験を通じて新しい空間秩序を一時的に示し、その空間秩序を維持するのに必要な仕組みをそこからバックキャストイングして考える。

連鎖的に都市空間を形成する

- ある人の行為が共感を呼び、点から面へと「まちらしさ」が拡大
- 背後にある「系」の連鎖的な成長と表裏一体の関係、地域資源に着目した空間形成を図ることが連鎖を促す上でも効果的

第4章 エリアを個性化する新世代まちづくり

■系を再生するまちづくり

- 「系」の再生と統合による都市空間の形成プロセスは動的なもの
- 長い年月かけて複数のプロジェクトをまたぎ、多様な主体が関わっていく中で、いかにして動的に都市空間を統合・制御するのかという問題

一元的なアーバンデザインを円滑に実現するための「パワーストラクチャー」の構築

- パワーストラクチャー・・・計画対象エリアにおいて、アーバンデザインの主体が地域住民や事業者など個々の関係者に対して長期間影響力を持ち続けていくための力の構造
- それが安定的であるほど長期間にわたって一元的なアーバンデザインを可能
- ここでの「力」とは、ソフトパワーとハードパワーが複雑に絡み合い、信頼関係や役割関係、契約関係などに支えられて構築されるもの
- 安定的なパワーストラクチャー・・・臨機応変に動きながら、まちづくりに関係する多様な主体の協力を取り付け、より首尾一貫した都市空間の形成を進めることが可能

アーバンデザインセンター

- 縮小する地方都市の抱える問題は多様なテーマに及ぶ複雑で根の深いもの
- 多様な専門家と都市空間形成の機会を継続的に繋ぐ組織の存在が重要
- 専門家が主導しつつも、まちづくりのための開かれた拠点として人・活動・資金が集まる場を持つことが有効
- センター化することによって初動段階から継続的かつ全方位的な首尾一貫した専門家の関わりが可能

第4章 エリアを個性化する新世代まちづくり

■新世代コミュニティによる「系の空間デザイン」



第4章 エリアを個性化する新世代まちづくり

■新世代コミュニティによる「系のマネジメント」



第4章 エリアを個性化する新世代まちづくり

■新世代コミュニティによる「系の空間活用」



第4章 エリアを個性化する新世代まちづくり

■新世代コミュニティまちづくりの戦略

「テーマからエリアをつくる戦略」

- テーマの育成を通じたエリアの付加価値化
- エリアマーケティングとエリア特性ふまえたデザインマネジメントはともにエリアの価値を高める手法であったことからわかるように、エリアの価値を高めることが当該エリアのまちづくりにおいて有効である。

「エリアからテーマをつくる戦略」

- そのエリアにおいて物語化する文脈を可視化していく
- テーマを顕在化させるものは、街の体験を概念化する「物語性(ストーリー)」である。あるエリアの中でどのような物語(ストーリー)が形成し得るのか、そのストーリーの文脈を明確にしていく取り組みが有効だと考えられる。

第5章 新世代コミュニティの新たな展開

第5章 新世代コミュニティの新たな展開

■震災後の新世代コミュニティをどう考えるか

- 東北の被災地では、被災した市街地や集落の復興計画を立案する作業が続けられている。各集落や地域では個別のまちづくりが動きだそうとしており、それを支援する専門家も含めて、全体が混沌としながらゆっくりと動いている。
- そんな復興の現場にも新世代コミュニティは形成しつつある。ボランティアやNPOなど復興支援活動を目的として関わり始めた人、あるいは震災がきっかけで活動の拠点を被災地に移した人、むかしから三陸が好きで今回の震災復興にたいして何らかの関わりをもちたいと思っている人のつながり等々。

復興の計画調整やまちづくりの場に新世代コミュニティはいかに関わりをもっていくか？

- 「外の人」なりに、東北という自然や文化の豊かな地域に対して、様々な東北体験の魅力をツーリズムとして掘り起こすような活動が考えられる。
- 仮住まいへのアプローチ。仮設住宅は様々な問題が顕在化しつつある。地域コミュニティは大事だから接していくが、その距離感を選べるようなスタイルを新世代コミュニティが実践的に示していくことも考えられる。
- 街らしさの再建。街の復興に際しては、量的なことや緊急の最低限のことだけでなく、総体として街らしさをいかに再建するかも本質的な課題であるが、国と自治体、地権者の議論だけではなかなか生まれてこない。これを提示し、実践的に生み出していくことが新世代コミュニティの本来的な意義だと思われる。

第5章 新世代コミュニティの新たな展開

■新世代コミュニティまちづくりの要件

<フローに頼らなくても暮らせるストック社会を目指す>

- 街を使うフローの話だけにおわるのではなく、その多様な活動に対応できるだけの良質なストックをいかに形成していくか。(例:リノベーションできる建物、空間資源の発見)
- フローに頼らなくても暮らせるストック社会をつくっていくことが、新世代コミュニティによるまちづくりを更に活性化させる。

<ストックから「テーマ」を創造していくまちづくり> ← 新世代コミュニティに期待

- 新世代コミュニティのまちづくりは、じわじわと点からエリア全体に連鎖・波及・展開していくまちづくり。これを支えているのは、「かっこいい」「おしゃれ」「楽しい」というキーワードに見られるような街の空気感。
- 新世代コミュニティは「今ある街の使い方を少しずつ変えていく」ようなまちづくりを得意とする。今の街を「このように使う方が楽しい」と実践していくことで、街を変えていくムーブメントをつくる。ある種のライフスタイルや空気感、デザイン作法のようなものがエリアにうまれてくれば、そのエリアのイメージ(=テーマ)というのは、強化されていくことになる。
- 新世代コミュニティの「かっこいい」「おしゃれ」「楽しい」が、いかに感化される環境をつくるかも課題である。こうした空気感は、お金の価値じゃないところで人を突き動かす原動力になることもある。その強さが新世代コミュニティにはあると思われる。