

365 田村明：魅力がなく、目を覆う惨状、もはや小手先の施策では限界、週刊ダイヤモンド、2008.12・2009.1 新年合併号、ダイヤモンド社、p.160、2009.1

魅力がなく、目を覆う惨状 もはや小手先の施策では限界

田村明●都市政策プランナー/法政大学名誉教授

中心市街地の衰退は目を覆うばかりである。私は一〇年ほど前の大学最終講義で、全国各地の中心市街地は5%しか生き残れないだろうと言ったが、それが現実になりつつある。二〇〇九年も厳しい年になりそうだ。

国はさまざまな政策を数年おきに出すが、一貫性に欠ける。中心市街地を扱う法律を「まちづくり三法」というのは、オーバーな表現だ。平仮名の「まちづくり」は、地域や市民側からの発想に立ち、従来の官庁都市計画ではなく、ハードもソフトも含めて、自分たちの生活をトータルにとらえ、よりよくすることである。中心市街地はその問題の一部だ。逆に、中心市街地の活性化を考えるには、広い意味の「まちづくり」のなかに位置づけなければならない。

たとえば、これまでは行政機関や大病院を中心から郊外へ移転させてきた。郊外では商業立地も緩やかだった。自己中心のばらばらな個別建設が先行し、都市全体を考える発想に欠けていた。これでは中心商店街を飾っても、衰退するのは当たり前だ。今になって郊外部の開発に規制をかける制度もできた。しかし、やる気があれば、制度以前にできたはずだ。

中心市街地への期待は、潜在的にはあるはずだが（左下図参照）、このままではその期待も失われる。商店街だけで活性化しようというのは無理だ。購買以外の他の要素が重要だと認められる。

それでも、さまざまな工夫により、ある程度の成功を収めた中心市街地もある。コンパクトシティとしての青森市、商店街が共同して土地を押さえて経営する高松市の丸亀町、条例を自主的につくった金沢市など。このように、中央の官主導ではなく、地元の自発的な工夫や、従来の法令追随から脱した新たな自治体の経営的政策が期待される。

都市の本質は、異なる人びとを呼び込む魅力を持ち、人びとが交流し、そこに仕事も楽しみも生み出すものだ。戦前は、デパートや銀座に行くのは、今ならテーマパークに行くようなものだったし、博物館のように勉強になり、ショーに行くような楽しみがあった。買い物をしなくても、一つひとつの商品も街の風情も珍しい。街を歩く人びとの姿もおしゃれで、特別な催し物だけでなく、歩いてみるだけで楽しい。偶然の人との出会いもある。現在の商店街からは、そうした複合的要素が消えてしまった。

都市の魅力は“異質交流”

都市には出会いの場が必要だ。特定の人びとが集まる集会場や劇場だけでなく、不特定の人びとが自由に会おう場がある。西欧都市では広場だった。イスラム都市のバザールでは、まずはお茶を飲み、会話から始まる。そこににぎわいがあり、楽しさがあり、人を引きつける魅力があった。商業はその一環として行なわれる。来訪者にも、都市の個性を感じさせた。かつては、特別なことをしなくても、中心市街地にはそうした魅力が自然に備わっていたが、現在はそうはいかない。

地域の自治体も商店街も小手先の施策では限界だ。都市の個性的なにぎわいと交流の場を担うのは、中心市街地だという新たな発想を持つ人びとがおり、自治体を育て、自主的にトータルな施策を継続的に実行できるところだけが、次の時代を拓くだろう。

たむら・あきら/東京大学工学部、法学部法律、政治卒業。運輸省、日本生命保険、横浜市企画調整局などを経て現職。東京、横浜で「まちづくり塾」主宰。著書多数。

グラフ

「中心都市部」への期待は高い

まちのあり方について

中心部のにぎわいを維持・取り戻すべき 54.32%

中心部か郊外かどちらかに集中してにぎわう場所をつくるべき 22.96%

郊外の方を中心に開発し、発展させるべき 8.90%

わからない・その他 3.30%

今のままでよい 2.68%

無回答 7.84%

出所：岩手県「生活者アンケート調査」（2005年10月）