

中心市街地活性化 87

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五%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、ある程度の成功を取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、従来の法令追従か

ら脱した新たな自治体の経営的施策が期待される。

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出会う場がある。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。

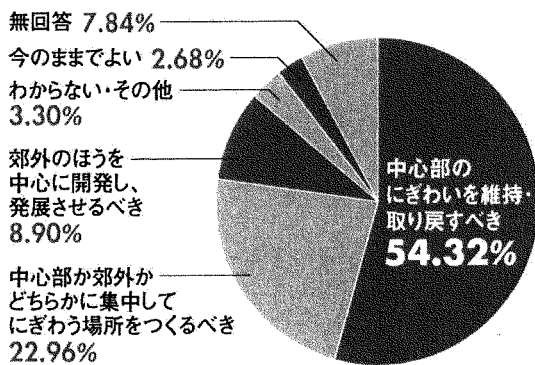
地域の自治体も商店街も小手先の施策では限界だ。都市の個性的なにぎわいと交流の場を担うのは、中心市街地だという新たな発想を持つ人びとがおり、自治体を育て、自主的にトータルな施策を継続的に実行できるところだけが、次の時代を拓くだろう。



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。

「中心市街地」への期待は高い

まちのあり方について



出所：岩手県「生活者アンケート調査」(2005年10月)