

福岡独自の魅力を作って、世界中の人々があこがれる都市を目指して欲しい。

—— 大阪府立大学 21 世紀科学研究機構 教授 橋爪紳也氏



橋爪 紳也(はしづめ しんや)

1986 年京都大学大学院工学研究科修士課程修了(建築学)、1990 年大阪大学大学院工学研究科博士課程修了(環境工学)。2006 年大阪市立大学都市研究プラザ教授、2008 年より大阪府立大学観光産業戦略研究所所長、大阪府政策アドバイザー。

2009 年より大阪府立大学 21 世紀科学研究機構教授。都市計画家、建築史家として活躍するだけでなく、まちづくりへの提言を積極的に行なっている。

「都市化」から「都市」の時代になった 25 年  
都市にまつわる時代の変化を私なりに整理して、この 25 年を振り返ってみたいと思います。まず、従来の世界は「都市化」の時代であったと言えます。これは、世界のどこかにあるモデルに向かって、日本の都市がキャッチアップして変化していった時代でした。行政は人口増を前提に、上下水、福祉、住宅、交通基盤等の整備を進め、合理的な都市を作っていた時代でもあります。その結果、日本中に同じような都市が生まれました。全ての都市の中心駅には駅前広場や商業集積ができ、あらゆる都市に画一的な団地が建設され、全国に同じような公園や文化施設が出来ました。これは、「都市化」ということが「近代化」ととらえられて、戦後から高度成長期、バブル期にわたって進められた都市づくりです。

しかし近年は「都市」の時代に突入したと言えるでしょう。世界の人口が爆発的に増え、人類の半数以上が都市部に集中したため、大都市やメガリージョンと呼ばれる地域が形成されました。都市があまりにも急速に拡大してきましたため、それまでの欧米のどこかの都市がベ

ストプラクティスになるような世界ではなくなってきました。つまり、個別の都市がそれぞれの都市の独自性を出さないといけなくなったのです。

日本は特に人口が頭打ちになり、生産年齢人口が減少してきたため、従来の人口増を前提にした都市の計画のあり方そのものが破綻したと言えます。このような流れから、日本全国の都市で縮小のシナリオ、都市のデザインのあり方、行政サービスの見直しの検討を進めています。このように、現代は個別の都市が個別都市の状況に合わせて個別に対応をしないといけない、他の都市がベストプラクティスではなくなった時代になったと言えます。

#### 地域間競争・都市間競争が顕在化した時代に

また、現在は情報が短期間に世界中を駆け巡る時代です。企業も国内や地域内には閉じず、グローバルでの生産分担はもちろん、拠点の移動も自由に国境を越えてされる時代になってきました。それに合わせて、人の流動もすさまじいものがあります。アジア各国の都市は、中国やインド、東南アジアに出現しつつある近隣

のメガリージョンの動向を意識せざるを得ない状況になっています。

一方、日本はそれなりに人口規模・市場規模があつて、各地域が一定の経済規模を持ち、国内での競争もまだ存在します。福岡市は一方で世界の地域間競争の中での立ち位置を考え、他方で日本・九州内の中核都市として担うべき役割を考えないとはいけません。双方を認識したうえで、都市独自の戦略を構築しないとイケない状況にあると思います。このような環境の中で、生き残れる都市になるためには、都市の得意分野を伸ばしたり、新たな得意分野を創ったり、他の都市や地域にない産業、文化や生活を生み出さないとはいけません。また、魅力的なブランディング活動をし、シティセールスを進めて海外からの投資の受け入れも進めないとイケないでしょう。

### 絶えず新陳代謝を進めて魅力をつくるべし

「都市」というのは、「都」つまり「みやこ」、「市」つまり「いち」からなるものです。「みやこ」は新しい制度や新しい考え方を生み出し、クリエイティブな機能を発揮するものです。「いち」は多種多様なモノが集まり、交換や交易が生まれる場です。この双方の機能が揃えば、都市に製造業のような産業がなくとも、都市は都市たりえるのです。逆に、どれほど人が多く集まって暮らしていても、団地などの住宅地が集積しただけの地域、あるいは製造業の拠点しかない都市は、本質的に都市だとは言えません。

このような意味で、私は福岡市の都心は、業務機能や商業機能が集積している「都市の中の都市」であると思います。そのため、福岡市にとって都市の魅力を創っていくためには、都心を魅力的にしていくことが重要だと思います。パリやロンドンのような都市が魅力的なもの、都心が時代の要請に合わせて絶えず変化し、代謝し、常に他の都市にはない個性を発揮してい

るからだと思います。

この種の魅力を創っていく時に、重要なのは時間への意識です。例えばキャナルシティ福岡が開業時はおおいに一時期もてはやされ、アジアからの観光客を集めました。アメリカ的なエンターテインメント性のある複合的ショッピングモールをモデルに、日本独自の工夫を加えた楽しいフェスティバルモールは、日本を含めて東アジアには先行事例がありません。当時は明らかに、先端を走っていました。しかし、その後、現在に至るまで、キャナルを良き手本として、アジアのあらゆる都市で似たような施設が作られました。優れた先行モデルを創作すればするほど、追随者が現れます。こういった模倣の連鎖は当然の成り行きです。これを超克するには、都市の魅力が消耗するサイクルの短さを意識しつつ、絶えず新しい優れたモデルを生み出していくことが必要です。

### 特定分野に早く、集中して取り組むべし

残念ながら福岡市に限らず日本の都市は、この「変化の速度」を読み込む意識が低いと思います。お隣の釜山は今やアジアの映画産業の中心になっていますが、釜山が国際映画祭を始め、映画産業に資源を集中したのはたかだか十数年です。また、私が好んで話す静岡の大道芸の例がありますが、1992年から毎年静岡市で「大道芸ワールドカップ in 静岡」を開催してきていますが、今や開催期間の4日間で百数十万人が集まるイベントになり、世界中の大道芸者のメッカになっています。このような世界の人が注目し、世界から選ばれる都市になるためには、市民の中から何か新しいものが沸き立つ仕掛けも必要ですが、それを実現するスピード感も重要です。

ところで、創造都市というのは新しいベンチャーの起業が相次ぐような都市なのですが、内発的に起業が進む場合と、都市が魅力的である

がため起業家が集積する場合があります。いずれにせよ、従来型の産業クラスターとは違って、都市の生活環境、住みやすさ、ビジネスチャンスが示されることで世界の人々が目指す目標になりえるのです。福岡市は、世界に通用するようなゲーム企業が拠点を設けてから、ゲーム産業の集積が少しずつ進んでいますので、今後世界中の集積地になる可能性だってあります。しかし、そのためには時間をかけずに、次世代の若い基軸となる地域の産業が何かを示し、それが地域全体に良い影響を与えるものだと市民に認識してもらいながら、短期間で特定の分野に焦点を当てて進めることが重要です。

東アジアを見ると、上海は10年後にクリエイティブ産業のハブになるという明快なビジョンを持っていますし、ソウルも世界デザイン首都に選ばれるなど、デザインをソウル経済の成長の原動力と位置づけています。日本でも神戸がファッションのデザイン、名古屋がインダストリアルデザイン、金沢が工芸といったデザインやコンテンツを売りだそうとしています。アジアの諸都市のような5ヵ年計画や中期ビジョンをもって強力に進めるには至っていません。

福岡市は他都市とは違った生活分野のデザインを志向したらいいのではないかと思います。ゲームもありますが、JR九州の車両をはじめ、福岡には他の都市にないデザインがあると思います。世界に競争しうる分野の芽があれば、短期間でその分野のハブ機能を目指して、5年くらいで世界的な集積を目指すことが何よりも大事です。

### 滞在型観光に力を入れるべし

福岡は「アジア」をキーワードにアジア太平洋博覧会以降、様々なアクションを起こしてきました。過去は日本におけるアジアへのゲートウェイでしたし、九州というメガリージョンの

中でもその位置付けは変わりません。地政学的にも分かりやすく理解しやすいので、このアジアに向かう精神は今後も継承すべきだと思います。ただし、従来型の概念ではだめで、次の展開を考えないといけません。

例えば、クルーズ船が寄港していても、博多港はアジアに向けた港湾整備、楽しい港湾整備をしていません。世界の流れではエア&クルーズであるにもかかわらず、それに福岡はキャッチアップ出来ていないと言えます。製造業のアジアシフトが急速に進んでいる時代ですので、3次産業、4次産業や観光交流を都市の基幹にしていく必要があります。そうすることで、福岡をアジアの人々が憧れるまちにすることができ、更にはアジアにおけるビジネスのハブ機能を持つことが可能になるのです。

また、福岡は食事が美味しかったり、近くに豊かな自然があったり、九州各地に短時間で行けるという都市型観光に適している素地はあるのですが、世界の観光都市のように数日から一週間滞在してもエンターテインメントがたくさんあるような魅力はありません。観光客はせいぜい1, 2泊して、長崎や熊本へ行ってしまう。都市型観光の機能的なハブにはなっているとと言えますが、もっと都市そのもののアピールも必要でしょう。観光客を増やすだけでなく、コンベンションや国際会議など、いわゆるMICEを増やしたり、必要な投資を進めたりして、滞在型観光を受け入れる都市であることをしっかり示さないといけないのではないのでしょうか。

私は京都市の観光五ヵ年計画の策定にあって、中心的な役割を担ったのですが、そこでは観光客の量(人数)ではなく、観光のクオリティを上げることを提言しています。これまでの京都は富裕層観光客を受け入れる基盤がなく、観光客が来れば来るほど地元は汚れたり渋滞がひどくなったりしていました。また、京都が

一番美しい時に地元の人々が楽しめなく、子供たちもまちの歴史を知ろうとしていませんでした。これを、アップー層の観光客を受け入れる都市づくりをすることで、観光客が来れば来るほど京都が良くなって、子供たちにもまちをよく知ってもらい、観光客が暮らすように京都を楽しんでもらえるように変えようとしています。加えて、MICE 振興の独自のビジョンもあえて作成をしました。

まちのクオリティを高めるためには、外からの目線が必要ですが、福岡も観光客が来れば来るほどまちが良くなっていくような整備を進めるといいのではないのでしょうか。

### シビックプライドを醸成すべし

福岡の人は基本的に福岡のことが大好きですよね。私はみんながそう思っているところに福岡の可能性を見出していますし、自らの都市を得意げに語ることは、外部から共感を得られやすいと思います。世界中の都市で、市民が自分の都市に対して誇りをどれほど持てるか、というシビックプライドの考え方が重視されてきています。シビックプライドは「市民としての誇り」というような意味合いですが、従来、議論されて来た郷土愛を高めようという発想とは異なります。むしろわが街への意識を高めたうえで、都市の魅力向上を図るプログラムに、できるだけ多くの市民が参画できる方法や仕組みを作り、ムーブメントとすることに重点を置こうという発想です。

というのも、過去は祭りのような地域のコミュニティに根ざした文化があって、それが世代にわたって継承され、相互扶助の中で都市が形成されていたのが、都市が急速に大きくなり、人口も急激に増えて、地域に求心力を保つ仕組みがなくなったからです。この求心力を保つため、例えば地域に密着したプロ野球やサッカーチームという仕組みが作られました。

これからの時代、より多くの市民や企業が、公共的な役割を担う活動に参加したり、貢献したりすることが不可欠です。そのためにはシビックプライドを高める働きかけが重要です。例えばオリンピックを誘致して開催してもらう、というような誘致型のイベントにするのではなく、市民の手作りで、そのまちオリジナルの新たな現代の祭りを作っていくことでシビックプライドを高める、というような仕組みも考えられています。

### 「再開発の再開発」に備えを

さて、最後に今あまり意識されていない 25 年後に向けての都市の大きな課題について問題提起したいと思います。日本は戦後復興から高度経済成長期にかけて都市のストックをたくさん作ってきましたが、バブル期頃からその再開発が進みました。これから 25 年の間で、それらのストックにもう一度手を入れる必要が生じる時期に入ってくるでしょう。言うなれば「再開発の再開発」であり、ふたまわり目の都市再生と言えるでしょう。

現在、日本各地で、戦後復興期から高度経済成長期に建設された団地やビル、あるいは市民会館や公民館といった公共施設のストックを、いかに建て替えるのか、あるいは補修やリノベーションを重ねて使い続けてゆくのかという判断を求められつつあります。さらに今後 25 年を考えると、1980 年代に建設された社会資本なども、やがて更新の時期を迎えることとなります。私たちは、これまでのように、スクラップ・アンド・ビルド型の都市更新だけではなく、既存のストックをうまく利活用する方法論と実践を求められます。

戦後、市場を再開発して整備された複合的な商業施設であるパリのフォーラム・デ・アルが再度の再開発に着手しました。またニューヨークでも高架跡をそのまま利用し、ショッピング

施設に転用した事例も話題です。世界中にこのような、斬新なストックの活用事例がでてきています。また当初、高架道路として用地買収した土地を計画変更し、緑豊かな居住地に変更した例なども聞きます。都市づくりの構想そのものも、時代のニーズに変化が生じた際には、「構想のリノベーション」ないしは「計画そのものの柔軟なマネジメント」が必要になります。モデルなき時代を生きる都市更新の知恵が必要です。

インタビュー日:2011/7/15 文責:URC 天野