



＜研修レポート＞

平成19年度(財)全国建設研修センター研修
「街なか再生実務研修」に参加して

土浦市 都市整備部 都市計画課
主幹 村田 雄一

【はじめに】

県都市計画協会のご協力により、財団法人全国建設研修センター主催の「街なか再生実務」研修へ参加させていただきました。一流といわれる講師陣の講義と研修生同士によるグループ演習など、5日間、大変内容の詰まったプログラムでした。以下、主な講師の講義内容をご報告いたします。

【主な講師の講義内容】

1 街なか再生と都市計画

国土交通省 国土技術政策総合研究所 都市研究部
都市計画研究室 明石 達生 室長

＜講義の要点＞

①「街なか再生」は都市の構造的な課題
課題 ・ 中心市街地の空洞化
・ 各種都市機能の郊外立地
・ 利用されない土地の増大
・ 犯罪の増大などの治安の悪化
原因 道路整備等自動車依存度が増えたから
答え これからの人口減少、少子高齢化、環境問題等を考えると、「都市は拡大する」ことから転換が必要

②都市は人口減少になっても、拡大を続ける。
なぜか モータリゼーションの発達、郊外の土地供給圧力があるから（スクラップアンドビルドよりビルドの方が当然楽。）
だからこそ、都市計画には理念の転換が必要。

都市の拡大・発展から、「コンパクトシティ」へ

③都市計画法改正の趣旨
・ 大規模集客施設について、都市計画のイニシアチブで立地場所をコントロールする。
・ しかし、それは立地そのものをできなくすることが趣旨ではなく、いったん歯止めをかけた上、都市計画の手続きを経て、地域が公正、透明に「よく判断」できるようにすることが主眼。

都市計画は、街なか再生の「対症療法」ではなく、都市全体に対する「原因療法」

街なか再生の担い手は、商業者団体ではなく、その地域の不動産経営（地権者）の問題ではないか。

2 中心市街地活性化

日本政策投資銀行 地域振興部 藻谷 浩介 参事役
＜講義の要点＞

①中心市街地はどこか
・ 中心市街地は「花」
住宅「根」、職場「葉」、公共機能「茎」、商店「花びら」。
この4つの要素をもっているところ
②何をもちて活性化か

・ 「花」の機能をもったエリアが維持・拡大されていくこと。歩行者がふえること。歩行者が「栄養」となり、花が元気になる。

地価や床賃料の低下も、それを空室率減少、新規投資促進に活かせればマイナスではない。参入コストを市場価値に見合う水準にまで下げてこそ、上がり目もでてくる。

③中心市街地の活性化を行政が支援する必要性
・ 中心市街地の活性化が税収維持とコスト削減につながるから。
・ 一部の層が、諸機能が高密度に雑居する中心市街地空間を、遊び、交流、住居、出店の場として求めているから。

④中心市街地の衰退の主犯
・ 中心市街地の地権者
・ 行政は最大の共犯
事態を悪化させる自治体の郊外インフラ整備
・ 郊外乱開発による過剰商業床の出現

商業床はどんどん増え続けているが、小売業の売り上げは96年をピークに縮小している。「大型店の増加により市街地が衰退した」「小規模店を含めた郊外型商業床の増加により郊外含む地域の商業環境全体が自壊した」。大手商業資本の非合理性、過当競争。

・ 短期的利潤を狙う郊外地権者
⑤どうしたらよいか
・ 郊外に拡散した根・葉・茎の機能を、中心市街地に再導入すること
・ 新陳代謝の促進

→そのためには、地権者の理解が必要。意欲も能力もない高齢な地権者には、それを説得するエージェントが必要。過去の高い水準の価値観は捨てて、とにかく空き店舗を新しい中身にかえること。鶏、卵の議論もあるが、まず、既存の空資産を低家賃でもいいから埋めて、同時に重層的なイベント実施で市民に中心商業に認知度を向上させていくことが、車の両輪。

自治体は、「市街地とそれ以外の郊外地区で、それぞれの程度の単位あたり税収があがり、またどの程度の単位あたりのインフラコストがかかっているのか」を計算し公表するべきだ。

3 地域活性化とまちづくり

東京大学 アジア生物資源環境研究センター
堀 繁 教授

＜講義の要点＞

・ 景観によるまちづくり
地域活性化＝まちづくり
→来訪者がふえて、金が落ちること
来訪者増のまちづくりとは

①見てみたいと思わせる景観をつくる。
既存の建物や施設及び、山などの自然を見せる景観“場”をつくる。(視点をつくる)

②「歩いてみたい」と思わせる道づくり
人を優先した道づくり（ホスピタリティ表現）

③「行ってみたい」と思わせる滞留・利用拠点づくり。
歩くと休むはセット、高質の休憩スペースを。

④「楽しい」と思わせる沿道の建物づくり
道を歩いて見るのは建物。見て、楽しいと思わせる工夫が必要。

景観とは、目でみることによって得られる視覚像。



景観が重要な理由は、外界認知の85%を視覚に頼っているから。

良い景観とは、目が満足する、つまり、見たいものが見やすい状態にあること。

景観づくり=見る場所をつくること、視点場づくり。

見やすい状態とは、見たいものが、他のものに邪魔されず、程よい大きさで見えること。そして、人（私）を大切（安心、安全、楽しい、もてなし）にしてくれるもの、つまり、**ホスピタリティ表現**がなされているもの。

まちづくりは、道が3割、沿道の建物が3割、滞留利用拠点が4割。

○道づくり→車を威張らせないこと。歩行者が主役。歩行者を大切に。道から、車道らしさを取り除く。ベンチはただ置くのではなく、歩道との領域をわけ、そのことをはっきりと示すこと。ベンチ自体よりも、休憩スペースのつくり方が大切。

○沿道の建物づくり→歩道と店舗との間に中間領域をとり、その舗装などをしっかり作る。**中間領域の「3種の神器」**を設ける。

①あいさつの装置⇒植物、花などの鉢植え

②迎客の装置⇒暖簾、照明、テーブル、イス、灯籠

③集客の装置⇒看板、メニュー、屋号、商品、のぼり

○滞留利用拠点づくり→歩行者の回遊性を持たせるためにも、歩くと休むはセットということを考えても、滞留利用拠点整備は非常に大切。人を、安心・安全に楽しませることと同時に、その姿を歩行者にみせることがより大切。

景観はセンスではない、セオリーだ。

4 横浜市街地の現地調査



左上：観覧車等みなとみらい地区を代表する建物を見せる視点を確保している例。

右上：手前の建物によって額縁の効果が演出され、より景観が良く見える赤レンガ倉庫



左上：テラスによって、人が楽しんでいる姿を見せ、歩行者も楽しませる演出（サクラ効果）

右上：一階部分をセットバックし、中間領域を設けている元町商店街



左上：休憩スペースを、舗装等目で見える形ではっきりと示し、

ホスピタリティ表現がされている例

右上：歩道を下げるのではなく、車道を上げてホスピタリティ表現をしている横断歩道。



左上：三種の神器の例（店の入り口でないのにわざわざ作っている）元町

右上： ” 伊勢崎モール



左上：元町の唯一の弱点ともいえる、あまり機能していない滞留利用拠点。

右上：大棧橋から見る横浜の景観。



上：景観の視点の確保にさまざまな工夫がしてある大棧橋

【おわりに】

今回の研修を振り返ると、よくぞここまで、まちづくりの第一人者といわれる講師が勢揃いするカリキュラムを組めたなど、改めて、全国建設研修センターの満木氏と山ノ井氏のご尽力に対して、深く感謝いたしております。

特に、堀先生には、事前講義半日、現地調査1日と長時間にわたりご指導していただき、こんな機会は2度とないと、本当にこの研修に参加してよかったと、思っております。「景観はセンスではない、セオリーだ」とおっしゃった先生の言葉は今も強く印象に残っております。研修を終えて、この言葉は、「景観」を「まちづくり」と置き換えるべきものではないかと考えるようになりました。

本市においても、歴史の小径整備事業として、歴史的資源、景観を活かしたまちづくりを推進しているところでございます。今回の研修で学んだことを、少しでも事業推進に役立てることができるよう、この研修を出発点と捉え、さらにまちづくりを勉強していきたいと思っております。最後になりましたが、このような機会を与えてくださった県都市計画協会の皆様や、業務が忙しいなか、快く研修に送り出してくださいました上司、同僚に深く感謝いたします。ありがとうございました。