



パブリックスペースとパブリックライフの呼応：
シビックプライドを育むための都市へのアプローチ

| | |
|-------|--|
| メタデータ | 言語: jpn 出版者: 公開日: 2021-03-16 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 武田, 重昭 メールアドレス: 所属: |
| URL | http://hdl.handle.net/10466/00017250 |

パブリックスペースとパブリックライフの呼応 —シビックプライドを育むための都市へのアプローチ

Public Space & Public Life Behave in Unison
—Four Approaches to a City Planning for Civic Pride

武田 重昭 大阪府立大学大学院 生命環境科学研究科
Shigeaki TAKEDA

1. まちの風景を魅力的にするもの



グランドプラザの風景

とある平日の昼下がり。富山のグランドプラザは、まるで海外かと思わせるような豊かな日常の風景に満ちている。仕事途中で休憩する男性の奥のテーブルでは、若い女性たちが楽しげに談笑している。このような公共

空間のひとつまは、一見当たり前の風景のように思えるが、しかしどのまちにでも成立しているわけではない。特に日本においては、私的空間での生活の豊かさに比べて、公共空間での生活の質は著しく乏しい。

このような魅力的な公共空間を可能にしているものは一体何であろうか。公共空間を構成する要素のうち、樹木やそれが作り出す木陰、葉を揺らす風などの自然要素は、この空間の魅力を演出するのに欠かせない。また、テーブルやベンチ、照明などのストリートファニチャ、舗装の設えや建築物までを含む人工要素は、この空間の骨格をかたちづけている。これら物的な空間形態がこの風景の魅力を支えているのである。しかし、この風景を何より生き生きと魅力的なものにしているのは、そこに人々の生活があるということだ。憩う、佇む、くつろぐ、語らうといった公共空間での人々の生活は、その風景を生きたものにし、より身近で親しみやすい風景にしてくれる。公共空間で過ごすということは、まちの風景を見ると同時に見られる対象にもなることを意味している。私たちは公共空間を利用すると同時に、その風景の魅力をつくり出

しているのである。樋口忠彦は「場所の特性とそこで営まれる人間の生活とがしっかりと調和適合した景観が美しい景観である」¹⁾と述べている。公共空間の形態とそこでの生活行動とが相乗的に魅力を高め合うような呼応関係が成立するとき、そこに魅力的な風景が現れるのである。どんなに空間が魅力的であっても、誰もそこを使わなければ、まちの風景が本当に魅力的であるとはいえない。

2. パブリックスペースの効果

パブリックスペースの効果は大きく3つに分けることができる(図-1)。ひとつ目はその空間が存在するだけで発現する「存在効果」である。防災や環境保全など、公共空間が持つ基盤的な機能は、そこに空間が存在することそのものの価値である。2つ目はその空間を人々が利用することではじめて発現する「利用効果」である。休息や遊びといった日常的な利用だけでなく、医療や学習といった特定の目的に応じた利用によってさまざまな効果が発揮される。人々が公共空間を多様な用途で使いこなすほど、公共空間の価値は高められる。さらに、公共空間の効果はその空間の内

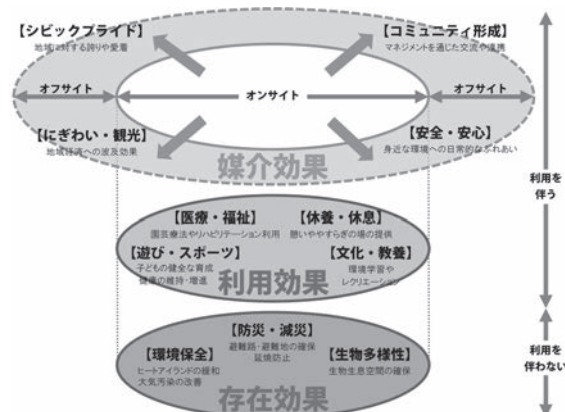


図-1パブリックスペースの効果

(オンサイト) だけにとどまるものではなく、空間の外(オフサイト)でも発揮される。安心感をもたらすことやにぎわいの創出、さらにはコミュニティの形成などの人と人との関係づくりに与える影響まで幅広い効果が考えられる。このようなオフサイトでの効果を「媒介効果」と呼ぶ。

公共空間の媒介効果のひとつにシビックプライドの醸成があげられる。シビックプライド²⁾とは、市民が持つ都市への誇りのことであるが、単なる愛着だけを指すのではなく、都市を魅力的にするために自らが積極的に関与しているというような、都市を自分事として捉える自負心を指す。人々が利用することによって公共空間の価値が高まるだけでなく、人々のシビックプライドが育まれることで、公共空間と人々との関係はお互いになくしてはならない、より親密なものになっていく。シビックプライドは都市の魅力を支える継続的な力であると同時に、あらたな展開の推進力でもある。公共空間はこのようなシビックプライドを育むための媒介となる重要な場所である。シビックプライドが感じられる公共空間があることは、魅力的なまちのひとつのメルクマールであるといえる。

3. パブリックライフの意義

都市再生の本質的な目的とは何か。それは都市空間の再生にあるのではなく、むしろ都市生活の再生なのではないだろうか。都市における人々の生活の質が向上することで、都市の魅力が増していくというのが、幸せな都市再生のひとつのかたちであろう。都市生活の中でも特に公共空間で他者と直接的・間接的に関わりを持ちながら過ごす社会的な生活であるパブリックライフ³⁾の充実が、都市の魅力の形成に大きく関わっている。誰もが気軽に他者とふれあい、刺激を受け、都市のムードを共有するといった経験は、都市の持つ本質的な魅力そのものであり、このようなパブリックライフの充実こそが、いまの都市に求められている。

近年、世界のいくつもの都市でパブリックライフへの認識が高まってきている。中でもタイムズスクエアのブロードウェイが車のための空間から歩行者のための空間へと転換されたことは象徴的である。2009年に歩行者空間化の社会実験がはじめられ、いまでは道路の主役はイエローキャブからテーブルとベンチでくつろぐ人々のパブリックライフに完全に移っている。そこは観光客だけでなく、ニュー Yorker にとっても貴重

な生活の舞台となっている。タイムズスクエアの挑戦は、まちの最大の魅力は人だということを改めて教えてくれる(どこまでをパブリックライフとして許容できるのかについては物議を醸しているようである)。

ヤン・ゲールはパブリックライフを「必要行動」、「任意行動」、「社会行動」の3つに分類している⁴⁾。必要行動とは学校や仕事に行く、買い物をするといった日常生活において欠くことのできない行動である。一方、任意行動とは散歩やベンチに腰掛けて休憩するなど、そうした気持ちになった時に時間と場所がふさわしい場合にだけ行われる行動である。そして、社会行動とは他の2つのタイプの行動から生まれる合成行動であり、同じ公共空間で多くの行動が起こることで自然と発生度が高くなる。実際の都市のパブリックライフはこれらの3つの行動が細かく織りあわされたものであるが、特に公共空間の質は任意行動の発生と密接に関係しており、良質な公共空間では多くの任意行動が発生し、任意行動が増えれば社会行動もそれに応じて増加すると分析されている。

パブリックスペースの問題が物的で捉えやすく、対応や改善がしやすいのに対して、パブリックライフは動的で絶えず変化し、個人の記憶や経験、自主性などによるところが大きく、把握や評価がしにくいために、これまでの都市づくりにおいては直接の対象として扱われることは少なかった。活性化やにぎわいづくりがまちづくりの目標になることはしばしばだが、それが具体的にどのようなパブリックライフを生み出すことなのかについては、ほとんど触れられてこなかった。これからの都市計画は、実際のパブリックライフをつぶさに捉え、パブリックスペースとの関係性を明確に分析した上で、生活と空間とが一体となった都市をいかに計画できるかを考えるべきである。

4. シビックプライドを育むためのアプローチ

魅力的な都市づくりを進めるために、シビックプライドを育むことはひとつの大切なアプローチである。しかし、シビックプライドとは個人の心に宿るものであり、直接的にそれを操作したり、拡大させたりすることはできない。都市づくりを進めるうえで可能なのは、あくまでもパブリックスペースのプランニングやデザインであり、それをいかにパブリックライフと結び付けることができるかだけである。このような考え方を踏まえて、シビックプライドを育むための都市づくり

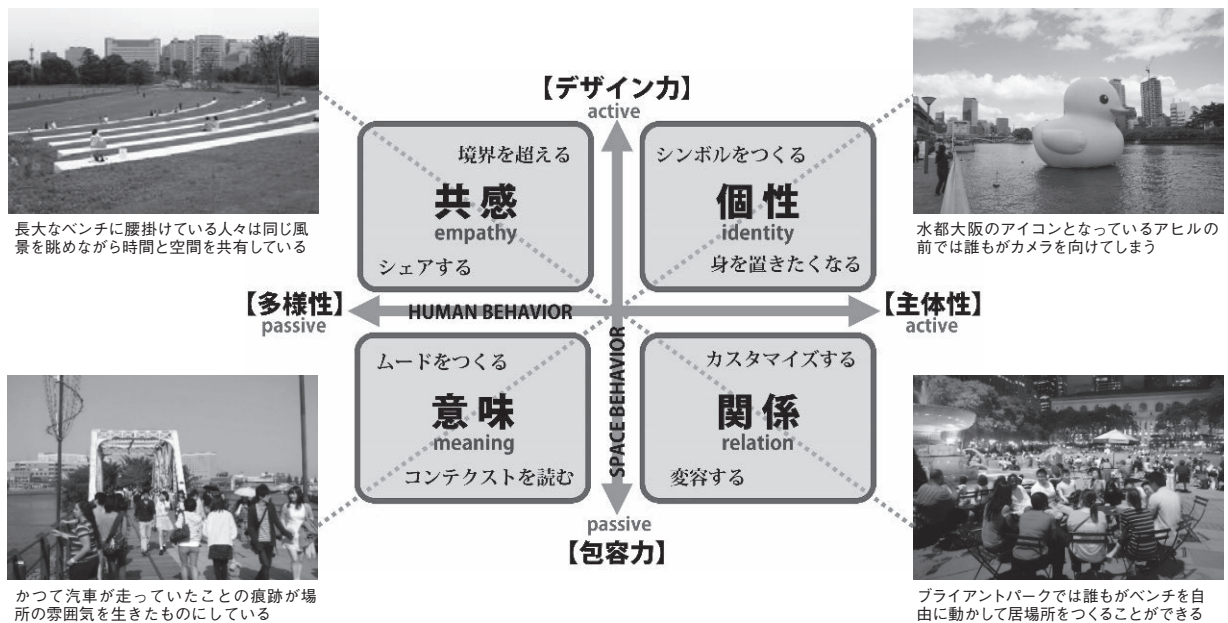


図-2 都市への4つのアプローチ

に求められる視点をパブリックライフとパブリックスペースとの呼応関係から図-2のように捉えてみたい。

左右にはパブリックライフにおける人々のふるまい方を【多様性】—【主体性】の対比で示した。ふるまいの主体性とは、積極的に空間に身を置いたり、自ら空間をカスタマイズするというような人々が空間に能動的に働きかける態度を示し、空間の価値を高めたり、特徴を際立たせたりするものである。一方、ふるまいの多様性とは空間に適応した自由なふるまいがいくつも重なり合う状態のことで、人々の行動の集積が場所のムードをつくり出したり、うまく空間がシェアされているような状況のことを指している。

久保貞ははやくから空間の計画技術という視点からSpace Behaviorに着目し⁵⁾、ヒューマンビヘビアルアプローチとスペースビヘビアルアプローチの両面から都市の総合的な環境や全体景観の質を捉えることが重要であると指摘している⁶⁾。また近年、塚本由晴はまちを特徴づけるような人々のふるまいがあることを指摘した上で、自然や建物にも人々の共通の財産となるようなふるまいがあるとしている⁷⁾。これらの示唆を踏まえて、ここではパブリックライフのふるまいだけでなく、パブリックスペースのふるまいについても【デザイン力】—【包容力】という対比で捉えることを試みた。空間のデザイン力とは、都市のシンボルとなるような強いレジリエンスを持つことや管理や制度などの見えない境界を越えて空間の分断化・細分化に抗うような訴求力などを指す。一方、空間の包容力とは、そ

の場所が持つコンテキストを十分に引き継ぐことで時間の蓄積を感じさせることや人々の行動に応じて用途を柔軟に変化させるポテンシャルなどのことである。

このようなパブリックライフのふるまいとパブリックスペースのふるまいとの呼応関係を「個性」、「関係」、「意味」、「共感」の4つの視点に整理した。これらはパブリックライフとパブリックスペースが相互に関係しあった都市へのアプローチである。

「個性」を創出するという視点は、生活も空間も互いにアクティブに働きかけるアプローチである。名所となるような特徴的な空間をつくることによって、都市の印象を牽引したり、自らがその空間に積極的に身を置くことで公共空間との関わりを深めたりするようなアプローチが都市をポジティブに先導していくとともに都市そのものの個性を確立し、誇りや愛着を抱きやすくする。ビスタやフレーミングというような景観演出の手法や活動の舞台となるような場のセッティングなどによってパブリックライフとパブリックスペースを結びつけることができる。

「関係」を構築するというアプローチは人々の主体的な働きかけを空間が許容することで成立する。可変性の高い空間は人々の積極的な行動を受け容れることで人と空間との密な関係を構築する。また、人々の行動を誘発するような装置の工夫や柔軟な空間運用の仕組みによって幅広いパブリックライフが展開される可能性が広がる。コミュニティデザインのような人と人との関係を直接的に築くことは容易な取り組みではな

いが、パブリックライフとパブリックスペースの双方を用いた関係づくりのアプローチでは、人と人との直接的な関係づくりだけではなく、人と空間との関係がいくつもつくり出されることで、副次的に人と人との関係が誘発されていくというプロセスを経ることが可能となる。

「意味」を付与するという視点は、個人の経験や思想、その時々の変化によっても大きく異なる、非常に複雑なものである。ケヴィン・リンチは『都市のイメージ』⁸⁾において、ミーニング(意味)の重要性を唱えているものの、「少なくとも分析の初期段階では、意味を形態から切り離してもよいだろう」として、この視点を棚上げにしている。意味のアプローチは人々の多様なアクティビティとそれを受け入れる空間の包容力の相互作用によるものである。そこから紡ぎ出される都市の意味は、人それぞれが抱くものであり、その内容そのものを規定することはできない。しかし、リンチの時代とは異なり、既にある都市の魅力向上が求められる現在、都市に対する意味をいくつも重ね、深めていくことで都市の価値を高めていくことは不可欠である。

「共感」を醸成するという視点は、自分のふるまいだけでなく、他者のふるまいについても理解し、尊重しあえるような状況をつくり出すアプローチである。プランニングでもデザインにおいても強いリーダーシップで都市を変えるのではなく、個々の主体性をもった活動がゆるいネットワークを形成することで相互に魅力を高め合うようなガバナンスが求められている。槇文彦は現在のような都市に対するばらばらの働きかけをつなぎとめるものが「共感」であるとし、これまでのようなユニバーサルやスタンダードを目指す思考から、共感に基づくヒューマニズムのようなものが世

界的なネットワークとして展開されるようになっていくのではないかと指摘している⁹⁾。空間の機能を限定して人々の均質なふるまいを強要するのではなく、人々の多様なアクティビティが共鳴することで、パブリックライフの価値や効果を高め合い、空間の魅力にフィードバックしていくことが重要となる。

5. シビックプライドの先へ

本稿ではパブリックライフとパブリックスペースとの関係から都市へのアプローチを捉えたが、それが目指すものはシビックプライドを育むことだけではない。むしろその先にあるはずの日本らしい公共空間の使いこなし方を文化として育み、そこに暮らす人たちの生活と都市の魅力とがしっくりと調和した関係をつくり出すことが都市づくりにおける大きな目標となるべきである。それは懐古的なふるさとの再生ではなく、シビックプライドが支える生活と空間のふるまいが呼応した都市への展開である。

<参考文献>

- 1) 樋口忠彦(1981)『日本の景観—ふるさとの原型』, 春秋社
- 2) シビックプライド研究会(2015)『シビックプライド2【国内編】—都市と市民のかかわりをデザインする』, 宣伝会議
- 3) Jan Gehl and Birgitte Svarre (2013) 『HOW TO STUDY PUBLIC LIFE』, Island Press
- 4) ヤン・ゲール(1990)『屋外空間の生活とデザイン』, 鹿島出版会
- 5) 久保貞(1962)「Space Behavior と造園及び土地利用計画」: 北海道大学農学部演習林研究報告, 北海道大学農学部演習林
- 6) 久保貞ほか(1980)「都市景観へのビヘビアラルアプローチ」: 建築と社会 61 (7), 日本建築協会
- 7) 塚本由晴ほか(2014)『コモナリティーズ—ふるまいの生産』, LIXIL 出版
- 8) ケヴィン・リンチ(1968)『都市のイメージ』, 岩波書店
- 9) 槇文彦(2014)「インタビュー—住むことから都市景観を考える: 建築が共感の場を生み出す未来へ」: 建築雑誌 vol.129 No.165312, 日本建築学会



「共感」がつくる風景



「個性」がつくる風景



「意味」がつくる風景



「関係」がつくる風景