

<書評>

堀 富士夫著

『郷土力を活かす市街地再生のまちづくりー地域内再投資による「芭蕉元禄ミュージアム回廊構想」』、

(文理閣、2008年)

富樫幸一

中心市街地の衰退と活性化は喫緊の課題であり、まちづくり三法を始めとした取り組みが各地で続けられてきた。ごく限られた都市のコンパクトシティやTMOの成功事例はしばしば紹介されるものの、全体として地方都市が再生に向かっているとは言い難い。政策上でも理論においても、何かはまだ欠けているのではないだろうか。

著者は岐阜ではよく知られた食品企業のフアンダーであるとともに、大垣市のまちづくりのリーダーの一人であり、なおかつ地域大学の副理事長兼講師でありながら、自らも院生や研究生として学び続けられている人である。堀氏が幅を広げ、深められてきた思考と提言、そしてその理論づけが本書のかたちでまとめられた。

第1章「地方都市における中心商店街衰退の現状と原因」では、大垣市でも多聞に漏れず、中心商店街が衰退してきたことが語られる。紡績工場跡地やバイパスのロードサイドに大型SCや量販店が立地して、市内の総売場面積の60%以上を占めるといふ異常な事態となっており、もはや完全にオーバーフロアに陥っている。一方、繊維産業に代わって自動車、電機関連など、ものづくりの地場企業が強みを発揮しており、イビデンや太平洋工業のように大垣に本社を置くグローバル企業がいくつも存在するだけでなく、中小企業でも全国シェアの80%を誇る木製の製造業者のようなものまである。ソフトピアジャパンをはじめとして情報産業の集積もみられ、食品企業のデリカサイト自体も情報産業への進出を果たしている。都心ではマンションや商業ビルの建設も起こっているとはいえ、それで中心市街地が活性化するのかと疑問を投げかける。

その問いに答えるべく第2章「都心コミュニティ再生の方法」では、循環型社会と市民幸福度の最大化、持続可能な社会を基本理念として掲げて、良質なストックの形成と多様な交流を進めていくべきだとする。進出・撤退を繰り返す焼畑商業や「焼畑工業」ではなく、長期的に地域人材と共に地域連携を図る企業としての「郷土力企業」、つまり地域内再投資能力を持つ企業が必要である。さらに人材においても、地域内循環の

視点から「地域で育てる、地域で学ぶ、地域で高める、地域で暮らす」のために、就学・就業の魅力増大と機会拡大こそが鍵だとする。

中心市街地を再生するための視点軸は、①100年の時間軸、②市街地に人間的ゆとりを持った、まち全体の定住・交流軸、③住民、地権者のみならず、観光客やビジネスマン、訪問者、過去や将来の在住者など全ての市民参加軸、④ローカルスタンダード、アイデンティティに立った上での国際的な交流軸、⑤都市と農村の交流や水などをめぐる循環型生活環境軸、⑥ゲストとともにホストも人間性を回復できる「さわさわ交流」としての観光学視点軸、⑦交流が知的・人間的に、あるいは多様で異質なネットワークとして形成されるものとしての「生きる意味」知る市民への人間交流軸、⑧「歴史・文化性」と「食べ物」の魅力をもった文化活用軸、以上の8つに総括されている。

再投資力能力や人材の循環に加えて、宇沢の「社会的共通資本として都市」の考えからさらに踏み込んで「社会的共通資本である中心市街地」に展開される。興味深いのは「準社会的共通資本」をも提示している点である。これは私有ないし私的管理が認められているような希少資源から構成されるが、基本的に市民協働の意思で、公的な観点で管理運用する資源であるとしている。大垣城下町の東に空襲でも残った美濃路は「日本版ジェイコブズまちづくり」とでもいふべきもので、「街路は狭くて折れ曲がり、短ブロックで古い建物が多く残り、多様性と高い稠密」の要件を備えている。まちのシンボルである大垣城の景観保全や、地域大学との連携も社会的共通資本として論じられる。

循環型・交流型・持続型の地域づくりは、ゼロからはじまるものではない。第5章「中心市街地の基本構想 元禄芭蕉ミュージアム回廊のまちづくり」の提言では、歴史を遡って、元禄時代における俳句、朝鮮通信使等の「世界最古の町人文化」と、肥間屋制度のような「地球環境保全型生活」の2つを印象づけ、奥の細道終焉の地に元禄文化を加えることで、大垣の独自の地域ブランド確立を図るとしている。芭蕉を大垣に迎えた俳人の谷木因は有力な廻船問屋でもあり、「郷土力企業」の先駆けだったといえるだろう。

「多くの市民が自主的に、よろこんで参画したくなる仕掛け」が必要であり、「一過性、娯楽優先から、回を重ねるごとにイメージが定着して深まっていくような」ものでなければならないという辺りに、地域での活動に根ざした実践的な提言であることがうかがえる。そしてその実践は、「地域の財政支出と郷土力企業の域外輸出を原資とする地域内再投資、それにNPO等市民の地域内再投資が活発化し、地域で好循環する結果、このまちは市民主導そして市民権に昇華する」と理

論づけられている。

第6章「都市再生条例としての『お願い条例』」で、中心市街地は準社会的共通資本であることから、地域への愛着意識が希薄な民間業者による景観破壊や環境悪化のおそれのある建設・計画が浮上した際に、緊急購入が可能な体制整備が自治体にとって大きな課題であるとしているのも、実は大垣のある具体的な問題の解決事例によって裏打ちされている。まちづくりとは、歴史的に育まれてきた街並みや豊かな自然環境という社会的利益をいまを生きる世代に再配分するだけでなく、次世代に再配分できるよう保全・再生して引き継ぐことでもあり、競争優先の性急なまちづくりではなく、市民協力の視点で100年の時間軸に耐え得る社会的共通資本構想を担保したまちづくり条例、郷土力企業を支援する地域内再投資力強化条例が提起されている。

しかしながら、大垣の現状ではまだ、コミュニティビジネスを生じさせる強さにかける「非日常・広域」型交流にとどまっていることを指摘し、均質店・焼畑商業にブレーキをかけるためには、「自覚的消費者」を啓蒙して「自覚的市民」を育てることも大切であると説いている。グローバリゼーションのもとでの規制緩和と、その代償としての既存商店街対策として、全国

画一でハード依存となっていた活性化計画では、本書を貫いているように、冷静に状況を見据える視点と、暖かくもうちに秘められた熱い想いとを欠いていたのではないだろうか。

”cool head, but warm heart”とは、かつてマーシャルが「経済騎士道」を説きつつ、都市や工場の現場を歩いて経済学に求めた言葉である。これは、実践的な経営感覚とまちづくりとの関わりの中でも語ることができるのではないか。「郷土力企業」「元禄芭蕉」のようにユニークなネーミングは、企業経営からまちづくりのマーケティングへの応用でもあろう。

歴史的な城下町から、現代の産業社会に至って、見失われてしまった社会的共通資本としての中心市街地の意味と、他方で大垣で受け継がれてきた「町人」＝企業人による郷土意識の再生にかけるノブレスな役割が交錯する地点において、「オリーブの木」ならぬ大垣の「柿の木」が、「市民協働と政策づくり」によって丁寧に剪定されて、一面に育っていく情景が思い浮かばれる。8年ならずも100年を見越して、成熟した実が生る時を待って。

(岐阜大学)