

シビックプライドを育むパブリックスペース ～愛着を育むプレイスメイキングとタクティカル・アーバニズム～

東京大学 先端科学技術研究センター 助教
ソトノバ 編集長

いずみやま るい
泉山 壘威

1 パブリックスペースのトレンド

2010年代に入り、日本では、パブリックスペース利活用が注目されている。国による法制度改正や規制緩和なども盛んに行われ、各地域がパブリックスペースを利活用しやすい(自治体が許可しやすい)状況や環境が整いつつある。2000年代の小泉政権以降の「官民連携まちづくり」によって、民間主導・地域主導の都市・地域再生へとシフトし、2010年代に入り、政権交代なども相まって、規制緩和が促進されている。2011年の道路法改正による「道路占用許可の特例」、河川法改正による「河川敷地の許可準則」、2014年には、国家戦略特別区域法(国家戦略特区)、2016年には、都市公園法改正による「都市公園占用許可の特例」、そのほか、都市再生特別措置法の改正で「都市再生推進法人」など、特例制度の活用やエリアマネジメントへの支援制度も拡充されている。

これらの多くは、公物管理者である自治体の占用許可基準の緩和を「特例として認定する」ことで実現できている。この特例の認定を得るために必要となってきたプロセスとして、「社会実験」がある。「社会実験」は、古くは、1969年の旭川市・買物公園歩行者天国のものから各地で行われ、1999年からは国土交通省道路局が補助制度により、各地の社会実験を支援している。ICTや交通などのものも含まれるが、この補助制度の活用以外にも、2010年代に入り各地で社会実験が行われ、近年は民間主導やエリアマネジメント組織などが行う「利活用実験」も行われている。こういった実験的なアプローチから、実現したい将来像の共有や、特例認定を受けた際の日常的な運営のシミュレーション、運営実績の獲得、新たな担い手確保、市民へのエンゲージメン



ト(関わり・関心を探る)などを積み重ね、次の段階や将来的な展開につなげている。

2 愛着を育むパブリックスペース

シビックプライドが地域への愛着だけではなく、「自分自身が関わって地域を良くしていこうとする、ある種の当事者意識に基づく自負心」¹だとすれば、専門家でもない普通の市民がシビックプライドを保つには一定のステップが必要であると考えられる。そのステップをパブリックスペースの役割にも触れながら紹介していきたい。

パブリックスペースでシビックプライドを育むには、まず地域や場所に愛着を持ってもらう必要がある。その上で、①パブリックスペースを使いこなす、②パブリックスペースに参加する、③プログラムに参加する、④パブリックスペースを自らつくる、⑤管理して育てる、⑥愛着のムーブメントを広める、という6つのステップがあるのではないかと考えた。

2-1 パブリックスペースを使いこなす

パブリックスペースは、量的なストックが整ってきたことで「当たり前にあるもの」となっていることや、管理を行政が税金で担ってきたため、市民は

任せきりにしてきたことから、どこか関心もなくなり、他人ゴトになってきている。そこで、「パブリック＝行政」ではなく、「再定義された公共」と捉える必要がある。再定義された公共を纏ったパブリックスペースに、まず利用する、使ってみるところから、市民のシビックプライドへの物語は始まる。椅子や遊具があったら、使ってみるといところからだ。もし、椅子が動かせたら、自分の居心地の良いポジションを発見し、自ら場を使いこなしていく。固定的なベンチであっても、自分のお気に入りの場所を見つけてみよう。そこには花が見えたり、樹木が風にそよいだり、子供がいつも遊んでいたりと、自分の好きな風景を見つけられるはずだ。こういった人々の場の使いこなしが、サードプレイスを育み、人が集まる場が生まれる。



可動椅子と天然芝が特徴的なブライアントパーク²

2-2 パブリックスペースに参加する

お気に入りのパブリックスペースを見つけたら、その人にとってその場所は、なくてはならない存在か都市生活の一部になっているだろう。しかし、パブリックスペースは誰かがつくっているのではなく、自分が払った税金をもとに行政が代行して管理をしている。そのやり方も現代では財政逼迫で限界にきている。お金がないことだけが理由で自分のお気に入りの場所がなくなることは、残念である。

例えば、有名な話として、米国・ニューヨーク市のブライアントパークは、可動椅子を個人寄付で募っている。可動椅子はいつでも動かせ、手軽に移動もできるので、自分のお気に入りの場所や向きに変えたり、利用人数によって椅子を集めたりもでき

る。そのぶん劣化も激しいため、管理側としてはコスト削減の視点になってしまったらアウトだ。個人寄付によって設置した椅子には、寄付者の名前入りのプレートが貼られている。これによって「私の椅子」ができ、誰もが使っても良いが、お気に入りの愛着を持った椅子が生まれる仕組みが素晴らしい。



個人寄付で可動椅子が賄われている。寄付者のプレートも椅子に貼られ、愛着を持つ仕組みがある²

2-3 プログラムに参加する

パブリックスペースへの参加の方法は、他にもある。プレイスメイキング³を行っているパブリックスペースでは、プログラムがいくつか行われている場合がある。例えば、ブライアントパークではヨガや本の読み聞かせ企画がある。その中で人気講師も利用者から生まれている。リピーターも多く、企画プログラムを楽しみに来る利用者も多いだろう。



読み聞かせプログラムなど市民が講師になるプログラムも多彩。参加の機会を増やしている³

2-4 パブリックスペースを自らつくる

これまでの話は、今あるパブリックスペースに対しての参加方法だった。しかし、時にはパブリックスペースをつくるタイミングが来る。



プロトタイピング・ワークショップで自らのイメージを具現化し議論をする。PUBLIC MEETING (2015年5月)の様子⁴

まずは自分の身の周りのパブリックスペースの再生の動きがあったら、積極的に参加しよう。参加の機会は様々であるが、場所の構想を考えるときのワークショップは、市民や利用者の声を欲しがっている場合が多い。積極的に自分が使うとしたらどういう場所になってほしいか、みんなと議論をしよう。日本の多くの場合は、残念ながらこれくらいの機会しかないかもしれない。アメリカのプレイランド (Playland at 43rd Avenue, サンフランシスコ市) の事例が参考になる。

住宅地の中にある元小学校の敷地は、「行政的な施設と駐車場になっており、地域のための施設になっていない」と地域団体が市に要望したことから、地域のための場所になるために、地域住民を集めたワークショップを数回行うことから始まる。その中で、本気でこの場所を変えたいという人だけ集めて、再度、プロトタイピング・ワークショップを行った。これは、通常のワークショップが議論やポストイット等での整理のみであるのに対し、粘土やブロックなど様々な素材を用意し、自分の欲しい施設や遊具

などを具現化したものを自ら手を動かして作り出し、議論をするというものだ。もちろん、そこまで展開が進むとワークショップだけでは終わらない。実際に設計案が決まると、ワークショップに参加した住民たちがみんな、DIYで場所の建設の一部に関わる。ガーデニングエリアやスケートボードパーク、遊び場をペイントするなど、なるべく自分たちでできるものは自分たちで実施するようにする。そうすると、自ずと自分たちが作った場所になるので、普段からも使いたくなるし、人に自慢し、勧めたくなる場所になる。日本では公園を作る際に芝生を植える作業を子供たちと行う事例も増えてきた。子供に遊んで欲しい場所を作りたければ、その当事者の子供がその場所に関わらないと本当に使われる、愛着のある場所は生まれないだろう。



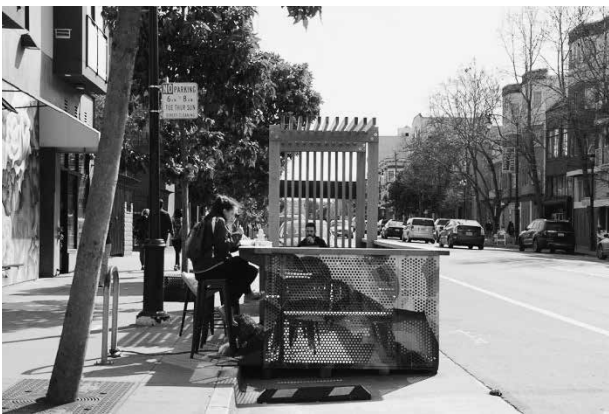
DIY・セルフビルドで自ら場をつくる。COMMUNITY WORK DAY (2016年3月)の様子⁴



COMMUNITY WORK DAY (2016年3月)の様子⁴

2-5 管理して育てる

自分の場所だと思えるパブリックスペースを見つけられたなら、その場所が継続的にその場所であるために、管理や運営をして育てていく必要がある。例えば、パークレット (Parklet) は、アメリカ・サンフランシスコ市発祥の駐車スペースを人のための空間へと転換するプログラムであるが、これは市への許認可申請の際に沿道のお店や市民が申請し、自ら設置し、管理をする仕組みとなっている。サンフランシスコ市には、現在59基のパークレットがあるとされているが、その多くは飲食店が設置している。飲食店オーナーは、自分のお店の前に座席などを備えたウッドデッキスペースを設置している。安全基準や考え方などのルールはパークレット・マニュアルに掲載されており、その基準を満た



Parklet @Valencia St, San Francisco,CA, Photo by 泉山壘威



Parklet @ 432 Columbus Parklet (Hosted by Cafe Greco)San Francisco,CA⁵

した案だけ承認されている。お店のオーナーは、パークレットではビジネスやサーブをできないと知りつつも、自分のお店の前のパークレットの清掃や植栽の管理などを行い、愛着を持って育てている。大事な点は、①自ら申請し、設置の許認可を受けていること (主体性)、②自ら投資をし、建設していること (自己投資)、③自ら管理をし (自己管理)、④自分のお店の前に設置していること (誇り) だと考える。これは、パークレットに限らず、他のパブリックスペースでも言えることではないだろうか。自ら作っているから、自ら管理できるのだと思う。もちろん、規模が大きくなることや、様々な事情で全てが自分でできるとは限らないが、いかに主体性と自己投資をしているかが大事ではないだろうか。これは民間でも行政でも同じことである。

2-6 愛着のムーブメントを広める

全てのパブリックスペースが自分の場所のように管理できるわけではない。むしろ、レアケースかもしれない。愛着を育むためのツールとして、グッズがある。例えば、米国・ニューヨークのハイライン (The High Line) は好例で、私もいくつかハイラインのグッズを持っているが、デザインされたファッションアイテムやアクセサリ、ステーションナリー、キッズアイテム、そして、植物・プラント系のグッズなどがある。オンラインショップでも購入でき、日本にいても購入可能である。ポイントとしては、高架鉄道の廃線により生まれた緑道空間の管理をするフレンズオブハイライン (Friends of High Line) という住民主体のNPOが、スタッフ及びボランティアの緑道管理やファンづくりに、デザインされたユニフォームとグッズを使用している。パブリックスペースに愛着のある人は、グッズを購入し、身につけ、ハイラインに出かける。グッズを持つことや身につけていることで、誇りに思っている。それを訪れたたくさんの観光客や市民は、グッズを身につけた人々を見て、グッズを購入したり、あるいは寄付会員になったり、またはボランティア

に参加するという展開が起こりうる。ハイラインは、ニューヨーク市からも予算が出てはいるが、フレンズオブハイラインの維持管理の負担も大きい。全てを賄うのにスタッフを雇い維持管理を行うことも厳しいため、ハイラインを支える人が必要なのだ。そして、支える人を増やしていくためにも、ハイラインに対する市民の愛着を育てていかなければならない。そのためには、まずは市民や観光客などからファンを増やし、グッズの購入者やハイラインに関わりたいボランティアや寄付会員を増やす。それらグッズ収入や寄付はハイラインの活動や維持管理につながっていく。

3 愛着あるパブリックスペースのつくり方

これまでは、利用者がパブリックスペースに対して愛着を持つことや参加する視点を示した。それで



The High Line⁶



High Lineのボランティア清掃⁶

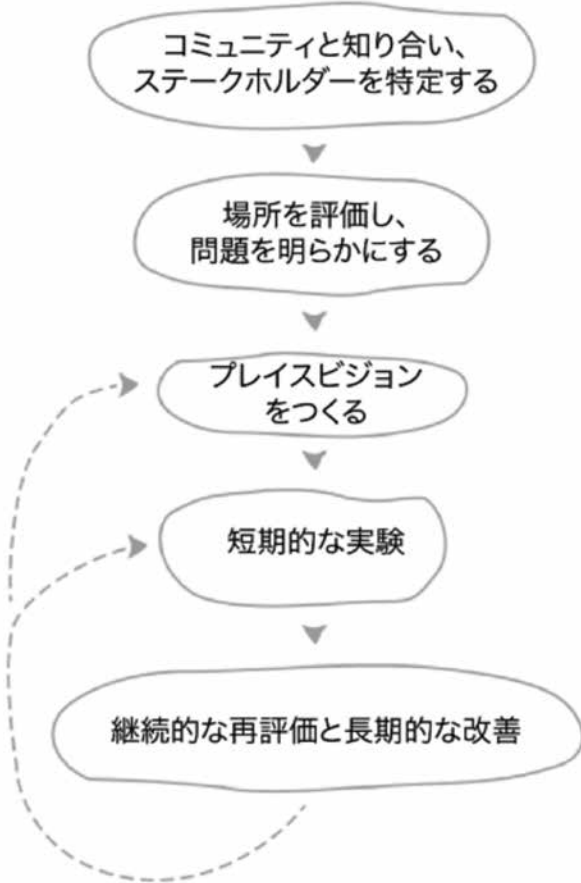


High Line goods⁶

は、そのような愛着のあるパブリックスペースのつくり方を紹介しよう。

3-1 コミュニティ主導のプレイスメイキング

1992年に前述のブライアントパークの再生を図った、PPS (Project for Public Spaces) は、これまでジェイン・ジェイコブスなどが概念として提唱していたプレイスメイキング (Placemaking) を実践において手法化したことで有名である。プレイスメイキングは、パブリックスペースのいくつかのアプローチのうち、コミュニティ主導で愛着を育むアプローチとして有効である。**①**コミュニティと知り合い、ステークホルダーを特定する、**②**場所を評価し、問題を明らかにする、**③**プレイスビジョンをつくる、**④**短期的な実験、**⑤**継続的な再評価と長期的な改善、という5つのステップを提唱している⁷。住民や地域コミュニティ、ステークホルダーなどがしっかりしていて、彼らとそのパブリックスペースを大事にしている場合にはプレイスメイキングが有効だろう。その場合のステークホルダーは、そのパブリックスペースに興味があるか、また自らの資金や能力を提供するつもりがあるか、既に（または将来的に）パブリックスペースを運営するマネジメント組織があるかがポイントになるだろう。



プレイスを作るための5つのステップ⁷

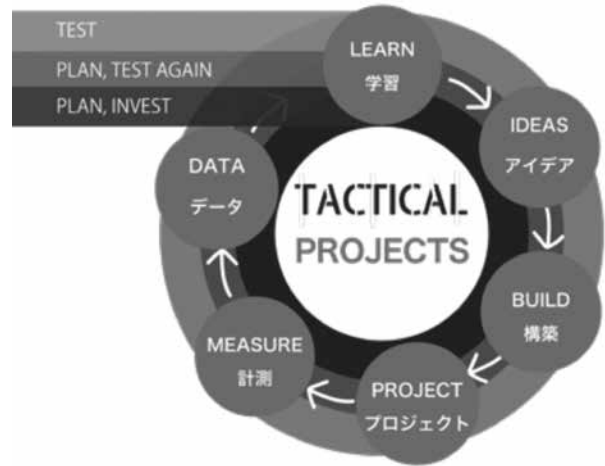
3-2 愛着を生むタクティカル・アーバニズム

全てのケースで、ステークホルダーがしっかりしているケースばかりでもない。その場合は、アクションから始める、タクティカル・アーバニズム (Tactical Urbanism) が有効である。タクティカル・アーバニズムは、2011年にMike Lydon (Street Plans Collaborative) が米国で提唱した。戦術的アーバニズムと訳し、戦術的に都市変化を志向することである。

コミュニティの合意形成がうまくいかないことや、行政の進捗が遅い時、予算がすぐにはない時に、ビジョンやプランづくりから始められない場合もある。その場合は、このプロジェクトがどのような方向性に向かうかが予測不可能な場合が多いため、利活用実験などのアクションから始めて、次の計画や合意形成、ハード整備につなげていくアプローチが適している。米国シリコンバレー発のスタートアップや

起業家のためのリーンスタートアップサイクルも採用され、「アイデアを構築し、プロジェクトを計測し、データから学習する」という一連のサイクルを小さく回しながら進めることを推奨している。次の段階には、実験なども期間を伸ばし、規模を大きくするなど新たなチャレンジを段階的に成長させていく。

タクティカル・アーバニズムは、民間主導に適している。自らパブリックスペースを変えていきたいと思う民間や市民がいる場合、まずは小さなところからアクションを重ねていき、行政との信頼関係を重ねて、ハード整備などにつなげていく。自らプロジェクトを始めることで、自らお金を負担し、運営しようという強固な愛着が生まれるだろう。



BUILD-MEASURE-LEARNサイクル

脚注

- 1 伊藤香織『シビックプライドが地域の価値を再定義する』,worksight, 2016年10月3日(<https://www.worksight.jp/issues/831.html>) 2017年9月1日閲覧
- 2 Bryant Park, Photo by Bryant Park Corporation
- 3 プレイスメイキング (Placemaking) は、言葉としては1960年代にジェイン・ジェイコブスやウィリアム・ホワイトラが議論したが、1975年から米国NPO・PPS (Project for Public Spaces) が徐々に包括的なplacemakingのアプローチを開発し、1992年のプライアントパークの再生で、開発した手法を実践した。ステークホルダーを集め、課題共有やプレイスビジョンを作り、LQC (手軽に、素早く、安価に) の実験をし、Place (意味性のある場所) のあるスポットを、公園を中心に展開している。街の中のある10の目的 (Power of 10) を抽出し、Place のあるスポットを点在させる概念・手法である。
- 4 Playland at 43rd Avenue, Photo by Flickr:San Francisco Planning Department
- 5 Photo by Flickr San Francisco Planning Department
- 6 High Line, Photo by Flickr Friends of the High Line
- 7 「Project for Public Spacesが提唱するプレイスメイキングの5つのステップ」、水野久仁香 (執筆・翻訳) ソトノバ (http://sotonoba.place/20180207placemaking_5steps)
原文: “5 STEPS TO MAKING PLACES” Project for Public Spaces,2018年1月11日
(<https://www.pps.org/article/5-steps-to-making-places>)

寄稿者 PROFILE

泉山 壘威 (いずみやま るい)

東京大学先端科学技術研究センター 助教/ソトノバ 編集長

博士 (工学) / 認定准都市プランナー/アーバンデザインセンター大宮 | UDCO ディレクター/全国エリアマネジメントネットワーク事務局/認定NPO法人日本都市計画家協会理事/ NPO法人まちづくりデザインサポート事務局

経 歴 : 1984年札幌市生まれ/明治大学大学院理工学研究科建築学専攻博士後期課程修了。エリアマネジメントやパブリックスペース利活用及び規制緩和制度、社会実験やアクティビティ調査、タクティカル・アーバニズムの研究及び実践に関わる。

主な受賞に、「黒石市こみせ再生提案競技・保存修理部門—現存する「こみせ」による歴史的町並みのストリートマネジメント— 優秀賞」がある。

著 書 : 「市民が関わるパブリックスペースデザイン-姫路市における市民・行政・専門家の創造的連携-」 (共著、エクスマレッジ、2015年)