

第3部

海外のまちづくり実践の動向（その1）

—欧州都市を事例として—

時 岡 晴 美

- I まちづくり実践例としての歴史的都心地区
- II ヨーロッパにおける都市の中心市街地と小売商業
- III イタリアにおける商業政策と中心市街地活性化の手法
- IV イタリアの中心市街地を活性化する手法と組織
- V イタリアの歴史的都心地区の現状とその取り組み
- VI 歴史的都心部の市街地像を活かした活性化

私は経済学や商業経営等ではなく、生活経営学の領域を専門としている。この世界に入った頭初の頃から自営業世帯を対象に研究してきた。ご存じのように自営業世帯は職業生活と家庭生活が一つの空間で行われているが、二つの生活のバランスをどうとっていくかが大きな生活課題という特徴を持っている。そこで職業生活と家庭生活のバランスを研究し、生活全体を考えたいということで、私は自営業世帯の実態調査等を実施してきた。

そのような中で、たとえば個人と家族と地域社会の繋がりを考えることも大きなテーマとしてきた。日本の自営業の世帯は家族経営が非常に多く、個人の生活があって、家庭生活があり、それらが集積して生活が成り立っている仕組みの地域が多い。とくに日本の場合には家族経営、或いは個人商店といった自営業世帯が集積している地区、いわゆる昔からある「まち」が存在しているが、自営業の生活を考えると、個人と家族、地域社会の関係を考えてゆくことにも繋がる。そこで自営業が集積している地区を対象に色々なところで実態調査を実施したが、日本ではそれらの地区の中でもとくに興味をひく地域は伝統的産業の集積している地区や歴史的都心地区といわれる地区で、どちらかといえば古い町並みが残っているような地区に注目して研究を行ってきた。

具体的に調査をした地域のうち、大学に最も近い地域は琴平で、こんぴら門前町の住民世帯ということで、石段沿いの土産物店や、旅館・ホテル等をテーマにしている。また、岡山の備前市に伊部という備前焼の窯元が集積している地区があるが、その地区を研究対象に調査を行っている。また、城崎温泉の中心地にある湯島地区では伝統的建物を使って「まちおこし」をする企画が5年ほど前からあり、町の方から依頼を受けて旅館業を中心とする自営業世帯の調査をし、そこで働く人たちの生活や地域の将来像について検討した。城崎温泉が低迷していた時期のことで、今後どうすればいいのかということであった。城崎温泉地区を対象にしての調査では、そこで働いている人たちと生活を共にしながら、様々な調査研究に取り組んだことが印象に残っている。

最も力を入れ、なおかつ面白かったのが京都の老舗調査である。9年ほど前に文部省からの派遣で京都

大学に1年ほどお世話になったが、そのときの研究室で京都の「まちづくり」を考えており、京都の伝統産業、それも自営業世帯を対象に一度大々的な調査を実施することになった。京都市では「京の老舗表彰」ということで、市が老舗を認定して表彰している。それをこれまでに受けた老舗といわれるところを全て調査し検討することになった。一口に京都と言っても相当に広く、東山区や右京区等になると我々が知っている京都とは少し違う感があるので、上京区、中京区、下京区、東山区も少し加えた形で、本当に古い都心部、歴史的都心地区に位置している京の老舗の調査を実施した。老舗の軒数は全部で823軒あったが、調査に入った段階で3年前に表彰された店がすでになくなっていく等のもあり、実際の調査対象は708軒であった。調査は京大の学生に手伝ってもらったが、私自身もひとりで300軒ほど回っている。老舗の業態や規模、これまでの変化や今後の継承について、また、経営者と家族の業務への関与状況などについてアンケート調査を実施し、主となる建物についてファサードや周辺の街並みの状況などについても実態調査を行った。京都の老舗の調査は非常に力を入れた調査である。

京の老舗調査に関わった京都大学の研究室は都市計画を専門としている研究室で、工学部の建築学教室であったが、そこで私は初めて専門的な意味での都市計画、或いは建築、建築的な意味での景観ということを考え、研究する機会に恵まれた。

もともとは、そこで生活している人たち、とくに自営業の人たちが、どのように家庭生活と職業生活をバランスを取りながら巧くやってゆくことができるのか、或いはそういう自営業の人たちが個人の生活、家族の生活、職業生活を含めて地域の生活をどのようにしてゆくのか、それを研究してきた流れの中で、都市計画や景観を考える領域の方たちと一緒に研究を進めてきた。そこで、今日もこのような立場から、まちづくりについて検討していくことにする。

I まちづくり実践例としての歴史的都心地区

—チェントロ・ストリコの意味するもの—

今回のテーマは「—欧州都市を事例として—」というものであるが、海外の「まちづくり」というのは非常に実践例が多様であり、その上、欧州都市とは言ってもヨーロッパは本当に広く、しかも非常に長い歴史がある。また、日本のような木造建築と異なり、歴史的な建築物というのは石造りやレンガ造りが主であり、時代を経ている建物ばかりなので、建物的にも景観的にも、そこに住む人たちの生活や文化的にも、歴史は様々で、そういうところを乱暴に一つに括って検証するという点で苦労するところである。

そこで「Centro Storico (チェントロ・ストリコ)」という概念を用いて話を進めたい。

ヨーロッパ諸国は空間的にも文化的にも広くて多様であるが、とくに第二次世界大戦後に、ヨーロッパの主な都市では、街並みの激変や人々の流れの変化等、様々な要因から、とくに中心市街地は衰退が見られた。その衰退に対応して、様々な再開発事業が、国や都市によってそれぞれの方向で展開されてきた。

なかでもイタリアの歴史的都市では都心部を凍結保存するという厳しい条例を設け、規制を厳しくし、建築行為を制限してきたことが知られている。歴史的に価値のある都心部の建物、店舗を凍結保存する。それもただ保存するだけではなく、保存しながら「まちおこし」「まちづくり」、或いは都心部の活性化に繋げていく。そういった施策をとってきたところである。

このような凍結保存や建築行為を制限するということを定めている条例として、イタリア共和国は、1968年の「橋渡し法施行令」により、「歴史的・芸術的価値ある都心地区」を「Centro Storico (チェン

トロ・ストリコ）」として、保存する方向で計画を策定してきた。

すなわち以下の3点に示す要件の一つ以上に該当する地区をチェントロ・ストリコとして、各自治体ごとに法定都市基本計画に定められている。

3点の要件とは、

- ① 1860年以前、今から140年ほど前の建造物が過半数を占める街区で、芸術的価値を持つ建造物がない場合も含む。すなわち古い建造物が相当集積していることになり、そういう街区に関しては、とくに芸術的に優れている建物がなくても歴史的な都心地区になる。
- ② 旧都市城壁内側で、全体的にあるいは部分的に保存状態がよい。また、城壁外でも①の条件を満たす街区。
- ③ 1860年以降形成された街区でも、その特徴が優れている。

以上の3点の1つに該当する街区とされているが、ただし、これらの要件については、イタリア内でも異論があるところである。このような定義や要件に関して複数の解釈が存在するのはよくあることで、たとえば、先に紹介した京都の老舗についても同様の傾向がある。すなわち、京都市が表彰する京の老舗は100年以上続いていることが要件になっているが、中には「100年なんて老舗ではない、200年以上は経っていなければ」という人もいれば、「世代で考えて5世代は必要」という人もいるということで、市が表彰の対象とする老舗については特定の要件を設けて定義づけすることになる。同様に、一応の目安として前述の要件にあてはまる街区を「チェントロ・ストリコ」としているのである。

わが国の歴史的地区は、必ずしもこれらの要件にあてはまる訳ではない。すなわち、日本の歴史的な地区を考えてみると、日本で一番古い歴史的地区は京都であるが、京都をみても、前述のようなチェントロ・ストリコの要件に当てはまる街区はさほど多くはない。都市自体の歴史的・文化的背景が大きく異なるため、チェントロ・ストリコを保存してきた、そして、それを活性化することによって街区や地域を活性化させてきた手法が、そのまま日本の都市や街で適用できるかという点、そうはならない。その点は明確である。しかし、歴史的都心地区を都市計画上の保存対象として位置付けて、維持保存するという一方で逆に「まちづくり」を推進してきた海外の先進事例として取り上げ、その手法を検討することは日本でも今後のまちづくりの参考とすることができ、大いに貢献するものと考えられる。最近の日本では色々なところで聞かれるが、街を再開発したり、新しく街区をつくる時、とくに再開発の対象となる中心市街地では画一的な近代化が進められており、強い批判を浴びてきている。たとえば駅や駅前商店街がどの町でも同じようなものになっており、一体それでいいのだろうかという反省が今、声高になっている。それを考えると従来から存在する商店街を保存継承するという一方で、逆にそれを新しい都市装置として生かしてゆくことができれば、まさに本来の意味での活性化に繋がるのではないかと考えている。

以上のことを踏まえ、ここではとくにイタリアのチェントロ・ストリコに注目して、具体的な建造物や街区を維持・保存してきたまちづくりの実践例を紹介し、とくに都市景観の上から検討してゆきたい。

II ヨーロッパにおける都市の中心市街地と小売商業

戦後の日本とヨーロッパは都市の中心市街地に空洞化が起り、急速に業務地化し、都市機能がある程度分離されたり、住みやすさや生活に便利なところを考え、とくに中心部は人口の空洞化が起きている。人口の空洞化が起きているということは、具体的にはたとえば昼間は人口が多くても夜間は殆どいなくなる。

業務地化とはそういうことであるが、業務地化して、都市には企業や営業所、商店の店舗が集積していても、生活の場は少し離れた郊外にあり、そこに家を建てるなどして住むということであるが、業務地化して人口の空洞化が起き、逆に小売商業は劇的に衰退してゆく。小売商業は、近隣やそこに居住している人たちのための店舗が主なので衰退は免れないのである。

そのような流れの中で、1960年代に大規模店が進出し、郊外化してゆく。郊外に大規模店がどんどん進出する一方で「歩行者区域化事業」が進められてきた。つまり歩行者専用の区域、車両や業務用の区域等を設けたのである。1970年代に入るとセルフサービス方式による大規模小売店の価格競争が激化。要するにスーパーマーケットが数多くでき、それによって大規模店の価格競争が激化すると、近隣商店街はさらに空店舗が増加するという流れであり、これは、最近の日本の流れと非常にオーバーラップしている。近隣住区の商店街で空店舗が増加すれば、そこに住んでいる都心の住民にとっては生活が不便になることに繋がるが、加えて労働時間規制がその当時行われている。ヨーロッパの多くの国で昼の休憩時間は2時間が多いが、随分と不便な思いを経験した人も多いのではないだろうか。現在でも、労働（営業）時間規制によって、都心では生活必需品の購入が極めて不便になるという状況がある。これが始まったのは主に1970年代である。

その時代に、たとえばベルギー、フランス、西ドイツでは従来の出店規制を緩和し、アメリカ型を目指す方法を取っている。それに対して、イギリス、オランダ、スカンジナビア諸国は逆にずっと規制を続け、中心市街地に大型店の立地を誘導した。このように国や都市によって随分と異なる施策をとっている。

ただし、小売店の保護策ということを考えてみると効果的な策が打ち出されず、どこの都市や地域でも空洞化が進行したが、一方で中心市街地及びその周辺での駐車場整備が進んでいる。

1980年代に入ると各国とも出店規制を強化する施策をとっている。要するに郊外型のショッピングセンターが地区の小売店を消滅させ、それによって都市が荒廃するということが明確になってきたために、都心部での小売店の確保を始めたのが1980年代である。

とくに例として取り上げられるのがドイツのミュンヘン市である。ミュンヘン市はいわば都市計画の先進都市で、市の持っている建物の一部を小区画テナントとし、登録された日用品等の零細小売業者の業種ごとの待機リストから、順に、低価格で賃貸する方式をとっている。要するにミュンヘン市の立派な市庁舎の一階部分を小区画に区切り、テナント方式で比較的安い値段で業者を入れており、小売店が並んでいる。市の建物の一部をテナントとして小売店に貸している状態だが、規制はかけられており、業種もある程度限定している。

ローマ市等、イタリアの自治体は、都心の路上仮設店舗で生鮮食料品の営業を促進する施策をとっている。つまりそこに住んでいる人たちのための小売店、店舗がなくなることは住民が最も困ることであり、生鮮食料品や花屋等がなくなるのは不便なことなのでそれを補うために路上に仮設店舗を設置し、そこで日常の生鮮食料品を販売する方式である。

いずれもミュンヘンやローマでのやり方であるが、どれも各地方都市に広がっており、それぞれの国柄に合っている。ローマでの路上仮設店舗は、今でも生活者の朝夕の利用時には路上にテントのような形で開設されるが、一定の時間が過ぎるとテントは片づけられる。とくにローマ市は車が多くて車両規制に悩んでいるところなので、早い時間帯には仮設テントが並ぶが、車の往来が激しくなる時間帯にはテントは片づけられている。

以上のように、ヨーロッパの国々、都市で1970年代から80年代にかけて様々な都市計画の手法が用いられるようになってきたが、いずれにおいても中心市街地の活性化という点で考えると、小売商店の振興が

位置づけられていた。都心の再開発計画や再生事業を考えたとき、必ず小売商店の振興が位置づけられ、各自治体を中心に計画を進めてきているが、土地利用、建築規制、交通規制を実施し、中心市街地の商業全体を一つの大きなショッピング・モールとして見立て、総合的かつ独自の優れた商業立地計画によって、より効果的に個店配置を制御するという仕組みが、それぞれのヨーロッパの国や地域で制度化されてきた。

Ⅲ イタリアにおける商業政策と中心市街地活性化の手法

イタリアの場合は、中世の頃、ギルド、同業組合があった。これは作る側が優先という性格のものであるが、もっともそのために良い物が作られたわけで、その流れの先にブランドの革製品等がある。従来の商業制度は生産者優先ということで、戦前から、もう少し消費者利益にかなうような統一的な小売商業制度に変えようとしていた。一方、戦前のイタリア地方制度は中央集権的なもので、市長、県知事は任命制であった。そういう土壌があって1920年代になってから小売商業法が制定された。これが制定された段階で、従来、市町村が発行していた営業許可について、一定の統一的規制を持って営業許可をすることが1920年頃から始まった。1930～40年代頃になると大規模小売店舗が登場するが、そうなる全国統一価格の大きなものについては県が許可をするということもなされている。1950～60年代になるとスーパーマーケットの出店が始まり、営業許可も県によるものであった。1970年代に入ると地方分権化の時代になり、1971年に小売店舗立地規制が出されている。これはある市域での小売業者の自治体への登録を義務づけ、この登録台帳を基準に自治体が市域商業計画を作り、その計画に基づいて自治体が営業許可を出すこととした。すなわち、登録台帳をもとに、今後この地区をどうしてゆくかということを考えながら、地域の商業計画を自治体が計画を策定する。その計画に基づく登録許可のシステムを作ったのである。地区ごとに業種と売場面積の基準を定め、立地許可制度を用いることで適正な商業地域の管理ができることを目指したとみることができる。1971年の小売店舗立地規制は、その後のそれぞれの地域の特徴を形づくっていったものである。

地域商業計画を自治体で作るわけで、たとえば、ある地域が様々な業種が混じっている雑然とした地域であれば、全体のバランス等で今後は高級感のあるお洒落な地域に誘導したいという商業計画が作られると、その後新しい営業許可はその地区にふさわしい店舗でなければおきない。随分と長い年月をかけて徐々に計画どおりの地域に誘導されてゆくシステムである。なぜそれが可能かという、ヨーロッパの小売店舗は居住が少なく、テナントが多いためである。建物自体はヨーロッパの伝統的な建物で1階部分に店舗があり、2階以上はアパートメントになっている構造が多く、そのために小売店舗の大半はテナントであり、テナントは時間をかけて誘導してゆく。またテナントは何世代にも渡って店を営業するという形ではなく、一世代だけの場合が多い。そのために認可を登録している店の中から商業計画に合った店を営業許可するという形である。そのため、長くかかっても自治体が構想しているテナントが並ぶ仕組みになる。その辺りが日本とは文化的な背景が異なるところである。

1980～90年代になると基礎自治体（コムーネ）ごとの裁量権が大幅に認められるようになり、分権的な性格が強まり、各自治体が、都市基本計画に加えて、商業施設の量的側面に関する計画も策定するようになった。ということは、地域を何らかの形で誘導してゆくことも非常にやりやすくなる。そうなる量的側面、たとえば同じ業種の出店の規制等も自治体の権限と絡まってくる。そういうわけで色々な策定がで

きるようになったきたというのが現在への流れである。

そこで、現在行われている計画策定の基本的な手順を紹介すると、まず、各商品部門ごとに現在及び今後の消費者需要を推定する。それによって店舗の数がある程度決まってくる。そこで、需要を充足するために必要な売場面積はどの程度か、ということから、売場面積が決定される。次に、その推定需要に基づいて商業計画が策定できる。その後、ある市域を複数の地区に分割し、個々の地区内で必要とされる売場面積が、店舗のタイプ別（取扱商品の区分ごと）に示される。それができると、その出店予定地域の計画売場面積に余裕がある場合に限って、新しい店舗の出店が認められる。このように、基準になっているのは需要の推定や新しい店舗の数等であるが、これらの計画は状況の変化に対応するために4年ごとに改訂される。

自治体が権限を持っているため、各自治体で個々に取り組まれているが、一つの都市や県の中でまとまりがなかったり、または隣りの市が殆ど同じような計画を立てるといったようなことを避け、全体を統率するために、州政府が、不揃いな自治体の状況を調整し均衡をはかる役割を担っている。ただし、それには難しいものがあるようだ。

法施行から10年後の1980年代中頃に、イタリア全土のほぼ半分の自治体がこの計画をまだ持っておらず、1990年代の中頃になっても、一部の地方都市ではこの計画を策定していない状況である。すなわち、イタリアの中でも多くの地方都市が商業を規制する手段を持ったのはごく最近のことであり、その中でも、その手法を使って「まちづくり」が巧くいっているのは数えるほどの地域ということになる。

IV イタリアの中心市街地を活性化する手法と組織

1 エミリア・ロマーニャ州商工会議所の動向から

では前述の計画が巧くゆくの、或いはそういった計画で町はどうなるのかについて、まず、エミリア・ロマーニャ州を例に挙げて説明する。

ボローニャ市やモデナ市等、人口5万人以上の主要都市の歴史的都心部とその周辺地区において、州の商工会議所が、交通規制と個店配置の関係を独自に調査し、現行の計画変更を市役所に提案したということがある。すなわちエミリア・ロマーニャ州商工会議所では、1992～93年に、自動車交通と歩行者の通過量・滞在時間と、各店舗の売り上げの関係について1年間の調査を実施した結果から、季節・曜日ごと、時間帯によって状況が異なるので、より段階的な交通規制が可能ではないか、その方が有効ではないかということ考えた。また、街路ごとに規制が異なる等の細かい規制方法を求めた。さらに、歩行者区域化した街路や広場で、路上営業や各種イベントを効果的に実施するために年間計画を提示した。季節や曜日や時間帯について詳しく分析すると、季節や曜日、時間帯によって異なる歩行者を巧く利用した形でイベントが考えられるし、また歩行者の誘導等も含めて計画が可能になる。地区の商店会に年間計画を提示することで実施を勧誘したのである。

これらの提案を受けて、市役所は条例の一部を改正し、交通規制をより細かくし、緩和・強化するとともに、駐車施設の配置計画を見直すところまでやっている。とくに大規模市では、合わせて景観整備を計画している。屋外広告物やコマーシャルの看板等の規制の地区指定を見直し、街路照明・舗装等の道路施設計画を変更する等、詳細計画とも連動する様々な見直しを実施したのである。

日本では、なかなかそこまでは難しいところである。都市計画、景観整備に関しても、ヨーロッパの歴

史的な都心地区は芸術的な価値の高い建築物があるためかもしれないが、非常に対応が素早く、大事にしていることが感じられる。とくに建築と彫刻がセットになっており、建築が彫刻であり、彫刻が建築であるということを考えると、建物自体が芸術作品ということになる。しかし、日本でも日本の伝統的な家屋、伝統的な都市住宅と言われている町家等も含めて、歴史的背景等を考慮すれば随分と違ってくるのではないと思われる。

2 フィレンツェの動向から

フィレンツェ市は、商業計画に非常に熱心な自治体で、早くから都心部の交通規制に着手している。もちろんイタリア第2、第3位規模の観光都市ということでそうせざるを得ないところもあったかと思うが、とくにフィレンツェの歴史的都心部の中でも、ドゥオモやパラッツォ・ベッキオ（市庁舎）、ポンテベッキオの間を高度商業集積地区、その周辺を地区ごとに特色ある専門店街にする計画で小売店舗の配置を管理しており、歴史的都心部の中でもそれぞれの周辺地区に分けた商業規制をしている。

1988年、「ヨーロッパ文化首都」事業を進め、伝統産業を含む商工業と観光産業が合体し、「歴史文化」を合言葉に、歴史的都心部を一大ショールームとして整備する政策が立てられ、「男性ファッションの都」「アートエキスポ」等のキャンペーンを続けている。

フィレンツェでも市の商工会議所の委託により、1995年に州の観光調査研究所が、観光客の国籍・滞在日数と買い物行動の調査をしている。この調査は、逆に商工会議所が州の観光調査研究所に委託して調査をしてもらったものである。

その結果から、商工会議所は、非公式ながら、購買力のあるバック・ツアー客に対しては都心のホテルの宿泊予約を優先的に受け入れるよう、ホテル業協会の協力を求める方針を示している。

3 ローマ市の動向から

ローマ市では、商店組合の要望で1980年代から商業計画を定め、とくに1994年以降、歴史的都心部では、地区ではなく街路ごとの細かさで、営業許可業種が定められた。しかし、この商業計画及び条例で不的確となった小売店舗を、新規開店を規制した現行法と条例では、短期間に排除することはできない。そこで、市が指導するのではなく、地元商店会の家主に対して様々な圧力があり、それによってふさわしくない店舗のテナント契約更新を阻止した。いわゆるテナントの賃貸契約更新のときに更新をしないという形で業種が変わってゆくというものであるが、その結果、都心でも、たとえばスペイン広場の上下では店舗の業種が全く異なっている。すなわち、スペイン広場の前の方は高級ブティックが並び、老舗通りといった感があるが、その一方、広場の階段を上った反対側は若年層対象の地区になっているし、飲食関係の店舗も別の一画に分離している。また、一般都市住民のための生鮮食料品店は路上仮設営業や路地裏に移り、都心では地域の生活密着型商店街から、多様に分節配置された専門店街化という形で変化してきている。これが最近のローマの劇的な流れである。

以上がヨーロッパの商業計画と都市計画の流れ、また、イタリアの幾つかの状況だが、最近日本でも検討されているTMO (Town Management Organization)、すなわち自治体と事業者、住民がパートナーシップによって地域を作ってゆこうという動きと、非常に近いものがあるように思える。ただし、ヨーロッパやイタリアの場合は自治体が大きな権限を持っており、自治体が奨励的な計画を作成することによって誘導してゆくという形でつくってきた部分がある。また、商工会議所が自治体に提案して、自治体

が計画を変えたり、あるいは商工会議所が自治体の持っている研究所を使って調査をする等の形で、事業者や住民が自治体と協力して計画策定を行い、計画を誘導してきたという流れがある。

V イタリアの歴史的都心地区の現状とその取り組み—スライドを使って—

〈スライドの紹介〉……グラビア頁を参照のこと。

1 ローマ —行政指導で店舗配置—

先に述べたように、ローマ市の中心部はチェントロ・ストリコ（歴史的都心部）として建物の現状変更が厳しく規制されるようになり、小売店の出店も登録制から市の定める商業計画による許可制になったが、このころから、外国人観光客が増加。ミラノやフィレンツェを拠点に成長中の有名ブランド各社が、ローマに相次いで進出した。出店許可が与えられた店舗の通り別リストによれば、観光名所のスペイン階段前が高級ブティック街に純化され、スペイン階段前においては、店舗デザインでも高級感あふれる「シャネル」や、イタリアで気鋭の「ポメッラート」が出店する一方、階段の上のベネト通りはカジュアルブティック街としての性格を強めて、米国資本の「ハードロックカフェ」の出店が許可され、対照的になっている。また、飲食店は別の一画に集積しており、通りの個性を醸し出している。

さらに、デザイン面でも様々な規制がある。建物の配色、街路舗装、広告物、照明、プランターなどについては、1980年代末から、古典的風格を持つタイプと、近代的エスプリを基調とするタイプなど、さまざまなタイプに徐々に分けられている。このため、中心部にある「マクドナルド」や「アメリカン・エキスプレス」のファサードは、世界で共通に用いられているものと異なって街区に溶け込むように工夫されており、有名なマークでさえ配色を変えている。いわゆるネオンサインはなく、建築中の建物の覆いや壁面広告なども、秩序が保たれたものとなっている。

ところで、ローマ市は、従来、車対策に非常に苦慮しているところで、通過車両が多く、違法駐車も多い。この点に関しては、長期にわたる最大の課題であり、これまでも数々の対策が検討されてきたが、いまだに効果的な提案が出されていない。このため、大半の道路が一車線しか走れないような状況になっており、歴史的建築の壁面彫刻等も排気ガスによって変色するなど、相当の被害が生じている。一方、新市街地として整備されたエウロローマ等では、人通りが少なく、街らしい賑わいを創出するまでに至っていない。また、遺跡との共存も大きな課題である。

2 レッジョ・エミリア —地方でもモール奏功—

アペニン山脈の北麓に、ボローニャを州都とするエミリア・ロマーニャ州がある。1980年代に「第三のイタリア」と呼ばれ、職人企業が成長した街であるが、そこに位置するレッジョ・エミリア市は、人口13万人の典型的な地方都市で、モールを使うことで成功している市である。先進的な農業経営と、職人企業に加え、近年の小売業者による中心市街地への取り組みが注目される。

前述のように、州の商工会議所は欧米各国の都市戦略調査で知られ、州内各市の商業計画策定業務を担っているが、レッジョ・エミリアではモールを使った空間整備を提案している。「モール」とは、商店街などにおける歩行者専用空間で、もとは緑の多い木陰の散歩道を意味する。自動車交通を分離し、歩行者の安全性と快適性を重視して、舗装、ストリートファニチャー、植栽なども設計した空間である。都市計画分野では、モール化で小売店は売り上げが増加し、専門店が立地してテナント料も上がったと言われ

ているが、モール化といっても車両の閉め出し方は多様で、時間帯、曜日、規制対象など、内容が異なる。モール自体も、デザイン、イベントなど、空間活用法が違う。そこで、データを使ってモール化と駐車場整備のメニューがつけられた。5年をかけて都心部の7割以上の街路と広場を段階的にモール化し、行政の街路整備と各種イベントを多用して人の流れを呼び戻そうとしたのである。

城域内1キロ四方の歴史的都心部には、百貨店1店と古いアーケード街が、少し離れて食品系スーパーが3店あるが、ファッションや高級品等の類はボローニャやミラノ市に、日用品のほとんどを郊外ショッピングセンターに取られて、都心商業は衰退傾向にあった。これに対し、新しい整備計画は、都心の街並みや公園を再生させ、郊外から、散歩や飲食客を呼び、その典型コースを複雑に張り巡らすというものがあった。要所に駐車場を配置し、若者は城壁の無料駐車場から公園緑地沿いの都心に入り、大人は都心のブティック街・飲食街に直接入るコースである。田舎町では、百貨店にも商店街にも求心力はもはや無いに等しいが、都心には魅力ある街角、由緒ある建物がまだ残り、十分に人を引きつける。

個性あふれるモールが続き、歴史を感じさせるモール内の露地奥に、高級ブティックが並ぶ一画があったりする。城壁内には老舗のチーズ専門店等がある一方で、食料品や青果を扱う仮設店舗が賑わいを見せている。中心部の広場を通り抜けると、レッジョ・エミリアらしさに配慮した近代的な建物も見られる。

都心を多様に活用し、文化的価値を付与する街づくりが、田舎町レッジョ・エミリアのモール化推進の目標となっている。

3 ミラノ —歴史的ストック活用—

ミラノの街づくりには、ブルジョア革命が大きく影響している。バガッティ・バルセッキ男爵家は、19世紀後半に機械工業で財を成したが、現在の三代目男爵は受け継いだ都心の邸宅を現在も維持し、邸宅の主要部分には有名ブランドが入居している。スピーガ通りとモンテ・ナポレオーネ通りは、世界のファッションの中心であり、こうした歴史的邸宅が非常に活用されている。貴族たちは、歴史的な立派な建物に手を入れながら、そこに居住し、あるいはテナントを提供し、有効活用という形で使ってきているところがある。

ミラノ市は、パリ、ニューヨークと並ぶファッションの世界的拠点として知られる。近年、有名な「ガレリア」も改装され、観光客の買い物拠点となっている。ガレリアは、パリの「パサージュ」とともに、日本でいうアーケードの原型ともいわれるが、ミラノのガレリアは、高さがあり非常に立派なもので、ガレリアの内部も、建物の壁面にも非常に緻密な彫刻が施されていたり、一つ一つの建物に個性がある。ここでは、とくに代表的なピットリオ・エマヌエルⅡ世通りを紹介するが、ガレリアの内部がとても明るくて、歩いていても非常に心地よい空間になっている。ガレリアの内部にはカフェテラスもあり、パリのカフェテラスによく似ていて、仮設のものですぐ撤去できるようになっている。ガレリアは大胆で、非常に美しいところがある。

また、ミラノ市に限らず、最近、2000年を目処に数多くの建物の修復が進んでいる。イタリア・ノストラ計画など、修復によって景観をさらに整備し、もとに戻すような修復をしようという計画も進んでいる。



ミラノの中心市街地の町並

● Turin



ミラノの中心市街地とガレリア

● Genoa

LIGURIA

EMILIA ROMAGNA

Bologna

SAN MARINO

● Venice

CANA

MA

● Perugia

UMBRIA

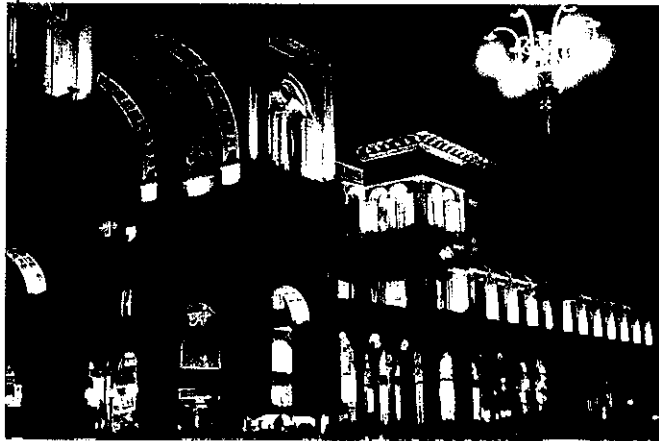
VATICAN CITY

● Rome

LAZIO



ビットリオ・エマヌエル二世通り



ライトアップされたガレリア入口



通りにある仮設店舗



遺跡との共存



緻密な建物改修



ローマの中心市街地



レッチョ・エミーリアの
モールと旧城壁内の広場



モールの露地奥にある高級ブティック街

仮設店舗の並ぶ中心広場



通りから見たモール



仮設青果店のあるモール

Jila
RUZZI



ファサードを統一したハンバーガー店

ローマの
中心市街地と
新市街地

Bari



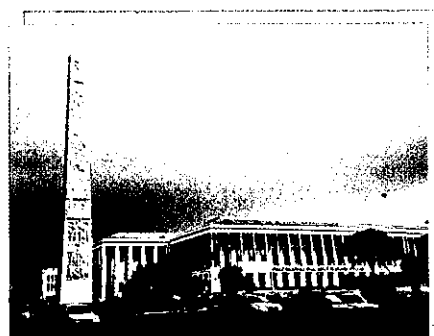
ネオンのない町並



スペイン階段前の“老舗通り”



ヤング向けの飲食店街



新市街地

VI 歴史的都心部の市街地像を活かした活性化

イタリアのチェントロ・ストリコは、とくに1970年代から厳しい規制下に置いて、頑張って更新や構造補強をしてきているが、とは言ってもイタリアのチェントロはそんなに立派な建物ばかりではない。やはり多くは木で骨組みを造ってレンガを積み重ねた建物で、更新や構造補強、建て替えを頻繁に行わなければならない。その点を考えると、チェントロ・ストリコとは言いながらも、歴史的な都心部が現在の姿に落ち着いたのは1970年代以降ということになるのではないだろうか。そういう意味では、ヨーロッパの色々な地域や国々も一生懸命に苦勞をしながら街をつくってきたという流れがあるようだ。

そのときに、歴史的な景観はどのようにしてゆくの。一つのチェントロ・ストリコが観光客の目にどのように移るのかを含めて、歴史的な環境を保全しながら、中小規模の小売商業を高度化する、或いは交通を規制するということで中心市街地像を描き、それを巧く誘導しながら街をつくってきたという流れがある。

とは言っても、インナー・シティの部分は衰退してきているし、ヨーロッパの歴史のある都市がすべてチェントロ・ストリコを持っているわけではない。ヨーロッパの地方都市でも、チェントロ・ストリコでない都市も数多くある。そういうところは、逆にどういう市街地像をつくっていくのかということから探究しなければ町をつくってゆくことはできないという側面もある。このため、逆にそういうところほど小売商業の衰退が酷くなっているという問題もある。

今日お話ししたようなことを、日本でこれからの「まちづくり」にどの程度直接役立てることができるのかというのは、今すぐに具体的に示すことはできないが、ただ、今日のイタリアでチェントロ・ストリコの「まちづくり」が巧くいっているその要因の幾つかの中には、小売業者がほとんどテナントであるということ、それから家族経営のケースでも家族が継承する例はほとんど稀であるということ、そういうことで変化に対応しやすいことがあり、そのため都心の住民も流動的であることなどが考えられよう。そこで、日本にそれをそのまま適用することはできないが、ここで指摘した相違点を考慮しながら役立てることは、それぞれの地区に可能ではないかという期待を持っている。

第3部に関する質疑応答

〈質問〉

そこに張りついている住民のライフスタイルや生活の生業はどんなものですか。そこに仕事を持っている人がいるから規制が出てもすっと入ってゆけるのではない。日本の場合は職住を施策で分離して、街中には住もうとしない人が増えているのが事実である。町が素晴らしい規制ばかりをするというのは、そこに生活できる生業があるとか、そこに住みたがる気質の問題だが、日本の場合は郊外の庭付き住宅の方が好まれるという意識の違いがヨーロッパと日本にはあるのではないかと思われるが。

〈回答〉

ローマでさえ、チェントロ・ストリコのすぐ外には高層住宅群が並んでおり、若い世代の人たちは大半がそういうところに居住し、都心部に通勤している。そのことがよけいに交通事情を悪化させているという側面がある。都心に居住できる、或いは仕事に関しても同様だが、小売業者に限ると2階から上がほとんど居住区になっており、アパート形式ではあるが住めるところがたくさんあり、その辺りが日本とは随分と違うところのようだ。だから仕事があり、なおかつ住めるところがあると多くの人たちが都心

部に住むという構図が背景にあるのだらうと思われる。ただ、とくにローマの場合は車やバイクの規制が一番困っているところで、もうパンク状態である。郊外から都心部に通ってくることを考えると、車を止めさせるには電車が最もよく、地下鉄構想が20年ぐらい前からあるようだが、ご存じのようにローマの地下には遺跡があるので簡単には掘れないようである。そのために地上に道路をとということになると、今ある道路の上の高層部に道路をつくるしかなく、そのためには現在そこに止まっている車を排除する必要があり、結局のところローマは行き詰まっているという状況にあるようだ。都心部に通勤してくることや都心部の居住を維持してゆくことを含めて、ローマは交通規制が一番の悩みの種になっている。

〈質問〉

規制があるが、昼休みは完全に休んだり、面積等の規制があり、当然売り上げにも影響すると思うが日本の小売業と比べてヨーロッパの小売業の収益性はどうか。

〈回答〉

いわゆる生活のレベルとしての裕福さと言われると、今回は、まだそこまで調査していないのでここで詳細に示すことはではないが、ただ大半がテナントで、なおかつ自治体や市当局が市場調査をしてこれならやってゆけるという形で誘導しているのだから、小売業だけでは生活してゆけないというほど低いということはないはずである。一方で、非常に売り上げが伸びるようなテナントも逆にそれほど多くはない。今日の紹介した例の中では老舗通りとして誘致したというのは別であるが、そんなに生活できないほど低くないが、富豪になるほどではないという、その辺りが小売商業ということだと思う。

〈質問〉

似たような小売店が並んでいる中で、売り上げが伸びている店とそうではない店があるのでは。

〈回答〉

そうですね。

〈質問〉

どういう部分で工夫されているのか。

〈回答〉

今回は景観ということで建物を中心とする調査だったので、個々の小売店がどのような工夫をしているかという点について具体的に紹介しませんが、たとえば、通りごとにアーケード街（パサージュやギャラリー）が放射線状に繋がっている街区もあり、そのパサージュやギャラリーの一つ一つが非常に個性的で、もちろんテナントも個性があり、同じような店が入っていてもパサージュやギャラリー自体が個性が強く、屋根や建物にも特徴を持たせている。パサージュやギャラリーは人がいないとさびれ感があるので、手を加えて統一感を出したり、斬新でモダンなイメージを持たせているところもある。

〈質問〉

地域振興計画には住民がある程度参加しているのか。或いは行政が中心になってやって、それに市民が

協力しているのか。

〈回答〉

もともと制度的には、制度としてつくったときには誘導してやってゆけるような制度になっているが、そのところでやはりたとえば誘導してゆくにしても、認可を届け出る業種がなければ誘導できない訳だし、一方で、そういう仕組みになっているので商工会議所が色々なことをやって、逆に市当局にもっとこういうことをやってくれと提案するとか、そういう形で動いていっているという特徴だろうと思う。だから、制度としては自治体が色々と中心になり主導を持って決めてゆくということになっているが、そこに住民や経営者の人たちがどのように関わってゆくかというところだろうと思う。ただイタリア等でも、今日紹介したように、主な都市で本当にそれらが動き出したのはここ10年ほどなのだから、逆にいうと、全世界の色々なところで「住民が創ってゆくまち」ということは思っているのだから、制度的にはそうであっても、そこに住民や経営者たちの意向が反映してゆけるような形に徐々になってきているし、そういう方向を模索しているのが現状であるといえるのではないだろうか。