

「開放型コミュニティ」による都市再生

{「住民参加まちづくり」から「開放型コミュニティ」へ。ケーススタディ「神戸」}

都市研究センター研究員
久繁 哲之介

1. はじめに(要旨)

阪神大震災から10年経過したが、神戸市の都市活力は震災前後で比較すると大きく低下した。その最大要因は震災を機に東京や大阪に本社を置く企業の多くが神戸支店を大阪本支店に吸収統合を進めたことであり、それにより神戸は事業所数・就業者数が激減している。その激減により神戸では、都市の交流や消費など都市活力も大きく低下している。

この神戸における「都市活力低下現象」は、近い将来に日本各地で発生するであろう。その要因は企業のオフィス統廃合に加え、人口減少社会と在宅勤務制の到来、2007年問題(団塊世代の定年ピーク)などがある。よって、神戸の都市活力低下現象を分析し、その対策立案は次世代の都市再生に有効な備えとなりうる。

都市再生は各地域の個性に着目し、それを有効に生かす施策が求められる。神戸には多くの魅力ある地域資源があり、観光三大資源(海、山、温泉)をも備えている。しかし、その三大資源を有する三大観光地(神戸港、六甲山、有馬温泉)は美しい景観と立派な観光施設が有るにも関わらず、観光者数は震災前から32%も減少している。これは、景観や施設といった「目に見えるもの」を整備する投資だけでは都市は活性化しないことを示唆している。目に見える投資に何らかの価

値を付与することが求められる。その主体は「コミュニティ」である。

「コミュニティ」の定義は従来、「住民参加まちづくり」との表現に代表されるように、「定住者」による「閉鎖的な」組織化・活動が想定されている。筆者はこれを、定住者と「外から関与する者(就業者や観光者等)」とを含めた「開放的な」組織化・活動を「コミュニティ」と位置付ける。この「開放型コミュニティ」は、人口減少社会における、また神戸のように居住者数は維持できても「外から関与する者」が激減する地域における、都市再生には重要な位置付けとなる。

2. 神戸市の都市活力に関する考察

2-1. 神戸市の都市活力データ

事業所数: 19%減少

	H6年(震災前年)	H9年	H11年
神戸市	100	85	81
東京都	100	94	99
全国	100	94	87

(数値は其々のH6年数値を指数100とした)

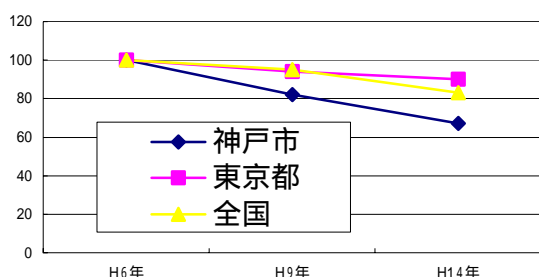
オフィス空室率(%): 9.2%悪化

	H6(震災前年)	H8(震災翌年)	H10年	H14年
神戸市	8.0	6.7	14.3	17.2
大阪市	6.8	6.2	7.3	10.4
名古屋市	7.2	4.5	4.8	8.2
東京区部	9.6	6.0	5.4	6.1

年間商品販売額：33%減少

	H6年(震災前年)	H9年	H14年
神戸市	100	82	67
東京都	100	94	90
全国	100	95	83

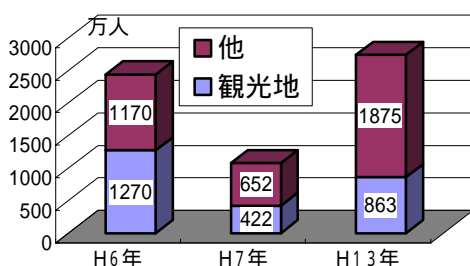
(数値は其々のH6年数値を指数100とした)



観光者数：三大観光地は407万人減少

	H6年(震災前年)	H7年(震災年)	H13年
総数	2440万人	1074万人	2738万人
*観光地	1270万人	422万人	863万人
他	1170万人	652万人	1875万人

*)観光地は三大観光地(神戸港、六甲山、有馬温泉)の合計である。



居住者数：約10万人減少後に回復

	H7年1月1日推計人口(震災直前)	H7年10月1日国政調査(震災後)	H16年1月1日推計人口
総数	1520千人	1423千人	1517千人
東灘区	191千人	158千人	201千人

からのデータは「神戸市 WEB」、経済産業省「商業統計調査」より抜粋・計算した。

2-2. 神戸市都市活力データの分析

前述5項目のデータは、震災を含む複数の要因による結果であるが、5つの現象は或る一つの要因による連鎖反応と説明できる。その要因は、東京や大阪に本社を置く企業の多くが震災を機に神戸支店を大阪本支店に吸収統合を進めたことである。事業所数が20%近く減少した神戸市のオフィス空室率は20%に迫る勢いで悪化している。減少した就業者分の市内消費(観光消費と購買消費)も当然に減少する。こうしてオフィス需要と消費需要が減退した神戸では、オフィスや商業施設が撤退した空地、震災で生じた空地に造れるものは住宅となる。

大阪(梅田)駅まで20分強という神戸の好立地要因が、事業所(神戸支店)を減少させ、大阪への通勤者を受け入れる住宅を増加させた。とりわけ神戸市のなかで最も東(大阪寄り)に位置する東灘区は、大阪への通勤が至便で最も住宅需要の高い地区である。東灘区は震災により建物の約半分が全半壊した。震災で生じた空地に次々とマンション建設が進み、震災後7年間で東灘区には約25000戸が供給された。その結果、東灘区の居住人口は震災直後から4.3万人増加した。神戸市の居住人口は震災で10万人減少し、その後に10万人増加して回復したが、増加分の43%を東灘区が占めている。

以上の現象とその原因を考慮すると、神戸市が今後に取り得るシナリオとして、次の2つを想定できる。

シナリオ . 大阪へ20分強で通勤できる「居住都市(大阪のベッドタウン)」と位置付

け、震災やオフィス等撤退で生じた空地には今後もマンションを中心とした住宅整備を支援する。

シナリオ . 観光者を含む交流人口を増やす「交流都市」と位置付け、地域のコミュニティや観光機能を支援する。

神戸市では平成 16 年に「神戸観光アクションプラン」を策定し、「観光交流都市」を目指すとしている。つまり、神戸市はシナリオを選択したわけで、筆者もそのプランに全く同感である。その理由は効果と資源の両面から説明できる。

効果としては、シナリオ では冒頭の都市活力指数のうち、居住人口しか増加できない。しかし、シナリオ では都市活力を総合的に増すことができる。また、神戸市東灘区や東京都江東区のように通勤至便で空地が多く、そこにマンションばかりが急増した地域では、小学校など公共施設が不足する課題に直面している。都心居住を単独施策として推進することは大きな弊害を生む。

資源としては、神戸市には観光三大資源（海、山、温泉）がある。しかも、その三大観光地（神戸港、六甲山、有馬温泉）はいずれも神戸市街地から1時間以内でアクセスできる好立地にある。また、毎年500万人弱の観光者が訪れるビッグ・イベント「神戸ルミナリエ」の会場となる「旧居留地」など神戸市街地も観光・交流の起点と期待できる。

ここでシナリオ の課題や進捗を探りたい。神戸三大観光地は観光地という位置付けにある上、震災被害は軽微である。一方、神戸市街地は震災被害が大きく、観光資源との観点から神戸三大観光地より見劣りする。このような観光地としての位置付けと震災被害

の程度を考慮すれば、観光・交流機能は神戸三大観光地の方が高いと想像できる。しかし、現実はそうではない。

神戸市の箇所別観光者数 (単位:万人)

年度	H6	H7	H9	H13
市街地	682	398	1014	1180
ルミナリエ	-	194	396	461
三大観光地	1270	422	896	863
神戸港	366	95	246	246
六甲山	732	225	510	488
有馬温泉	172	102	141	129
その他	798	254	366	695
総数(1~3の計)	2750	1074	2276	2738

出典)神戸市「神戸観光アクションプラン」

注)ルミナリエ開催は震災の起きたH7年から

三大観光地への観光者数は震災前から32%(407万人)減少した。一方、旧居留地で行われる「神戸ルミナリエ」を含む市街地への観光者数は震災前から73%(498万人)増加している。この差、つまり観光資源に勝る三大観光地の交流機能は衰退したのに対して、観光資源に劣る市街地の交流機能が活性化した差は、コミュニティにあると仮説をたてた。その仮説は先ず、神戸以外で三大観光資源を有する都市において、コミュニティまちづくりを進めた結果、観光者数が増加する事例分析が一つの検証となる。次に、神戸ルミナリエの会場となる「旧居留地」地域でコミュニティまちづくりを育む「旧居留地連絡協議会」の事例分析で検証できるであろう。その結果、神戸市は次の2点を都市再生施策とすることができる。

神戸三大観光地はコミュニティまちづくりに取り組めば再生できる。

旧居留地による「旧居留地連絡協議会」

によるコミュニティまちづくりを市街地の他地域へ展開すれば、市街地の都市活力・魅力は更に高めることができる。

そこで本稿では、先ず次の三章にて「コミュニティまちづくり」の定義、課題と効果に言及する。次に四章にて「コミュニティまちづくり」の事例を分析し、最後の五章にて「コミュニティまちづくり」を推進する為の提案を行う。

3. コミュニティの定義、課題と効果

3-1. コミュニティの定義

「コミュニティ」の定義は従来、「住民参加まちづくり」との表現に代表されるように、「定住者」による「定住者の為」の組織化・活動が想定されてきた。筆者はこれを、就業者や観光者など「外から関与する者」と「定住者」が交流する組織化・活動を「コミュニティ」と位置付ける。両者の違いは、まちづくりに参加する主体と、そこから享受する成果を「定住者」に限る「閉鎖的」なものとするか、まちに関与する者全員に認める「開放的」なものとするかである。前者を「閉鎖型コミュニティ」、後者を「開放型コミュニティ」とすると、次のように整理できる。

従来の「閉鎖型コミュニティ」とは、そこに「定住する人達」の「定住者の為」の閉鎖的で強い相互扶助による組織化・活動である。

筆者が想定する「開放型コミュニティ」とは、そこに「関与する人達」の「地域の為」の開放的で自由な意志・心を交流する組織化・活動である。

「コミュニティ」を「まちづくり」との視点から論じる場合、メリットばかりが強調される傾向がある。しかし、「コミュニティ」は本来、煩わしさや閉塞感などのデメリットを併せもつ。そして、「コミュニティ」が閉鎖的であるほどに、その弊害は大きくなる。その具体例と理由は以下で簡単に触れ、詳細は次項(3-2. コミュニティの課題と効果)にて再掲する。

「そこに関与する人」を大別すると、地域の内側に居る者(居住者)と、地域の外側から訪問する者(来訪者)である。居住者は、そこに古くから住んでいる「定住民」と、転入したばかりの「移住民」、数年後には恐らく転出するであろう「仮住民(主に大学生や転勤族)」に分類できる。

来訪者は地域の外側から定期的あるいは一時的に仕事・観光・娯楽・買物などで訪問する者である。一時的な来訪者は其処に魅力を感じれば、繰り返し訪問する「定期的来訪者(リピーター)」になる。しかし、そこに魅力・活力が欠けたり、定期訪問先(事業所や商業施設)が閉鎖もしくは移転すれば、来訪者は直ぐに其処から退出する。このような出入り自由な「開放型コミュニティ」を良しとしない「定住者」が、移住民や仮住民さえも「余所者」扱いして、「閉鎖型コミュニティ」を形成しようものなら、何時しか其処に残るのは「定住民」だけになってしまう。

この構図は住宅地だけでなく、衰退し続けている商店街でも散見される。商店街コミュニティが、自分達(商店街の利益)の為だけの「閉鎖型コミュニティ」であれば、その組織化・活動にいくら尽力しようとも、来訪者の意志・心は商店街からどんどん離れていく。それは「まちづくり」でなく、来訪者の意志・心が欠落した「街(商店街)づくり」にすぎない。

選挙制度(の是非は本稿の対象外だが)もこの構図を助長する。来訪者は訪問地では投票権がない。仮住民や移住民は選挙にあまり行かない。そうして、定住民の声(投票率)が大きくなるほどに、施策も定住者の為の閉鎖的なものとなり易い。

「住民参加まちづくり」により、「我がまち、我がくに」を良くしたいとの理念は立派である。ただ、「我がまち、我がくに」という表現を多用する時に、欠落しがちな概念があることにも配慮したい。それは「都市(まち)づくり」の主体(参加者)を「定住民」「我」に限定せず、来訪者など外から関与する者を含めた「まちに関与する者全員」が主体となりえる「開放型コミュニティ」となる組織化・活動を目指したい。

3 - 2 . コミュニティの課題と効果

「開放型コミュニティ」は、価値ある情報の交換・交流を生む。つまり、「人」の交流が開放的かつ多様であるほどに、其処(まち)で生まれる「情報」の価値が高まり、ひいては「まち」の価値も高まる。商店街の事例で言うと、商店街に多様な人と情報が交流・蓄積すれば、何をすれば今以上に賑わうか・繁盛するかを感じとれる。

商店街の衰退を尻目に「コンビニエンスストア」が急激に成長・普及した要因もここにある。コンビニエンスストアでは、レジ会計時に顧客情報(性別・想定年齢など)を入力している。時間帯や天候別に、どういう客層が何を必要とするか等の情報(地域の顧客プロフィール)を蓄積している。つまり、コンビニエンスストアでは店員と顧客は十分な対話こそしていないが、顧客の意志・心(時期、天候に

応じて必要な物)を十分に掴んでいる。商店街はそのような顧客の意志・心を掴む努力をせずに、自身が衰退した理由は「顧客ニーズ多様化、モータリゼーション普及」等の外部要因ばかりを列挙する。それを中心市街地活性化施策の出発点としてしまうと、商店街路の路面舗装、商店街近くに駐車場建設など「器」を造る施策に留まってしまう。

「閉鎖型コミュニティ」には、外側から人も情報も入らなくなる。その事例を今度は観光地で言えば、話題作りに成功した観光地には多くの観光客は集まる。しかし、其処に「開放型コミュニティ」が存在しないと、それは一過性の出来事で終わる。つまり、話題になった初年度は多くの観光客が集まるが、翌年から観光客は激減する。

観光地など「地域」を商品に見立てると、来訪者は地域を商品のように消費すると同時に、地域の活力・魅力を生産したり発信する立場でもある。この生産・発信機能を引き出すのが「開放型コミュニティ」である。高度情報社会は話題の地域や商品には、いち早く体験したいとの消費意欲を創出してくれる。消費者がその体験に満足すれば、再生産(リピーターになる)や情報発信(口コミ等でその魅力を知人に伝える)してくれる。この「開放型コミュニティ」から生まれる情報は、価値と信用性が高い。しかも内側からの情報発信費用はかからない。逆に、「閉鎖型コミュニティ」から発信される情報、つまり「広告」は自画自賛であり、発信費用がかかる割に価値と信用性は低い。

このように、「閉鎖型コミュニティ」は消費と生産が繋がらず、地域の活力・魅力は持続性が無く、人と情報がどんどん離散していく。一方、「開放型コミュニティ」は消費と生産が

繋がるので、地域の活力・魅力が持続する。活力・魅力が持続可能な地域には、人と情報は集積して、人と情報の交流(コミュニティ)が更に新たな活力・魅力を創出していく。

4. コミュニティまちづくりの事例研究

4-1. 事例選定の留意事項

本稿で取り上げる事例一覧

地域名	観光資源、地域特性	コミュニティ組織
福岡県門司港レトロ地区	海とレトロ建築物、港	門司港レトロ倶楽部
大分県湯布院町	温泉と山、観光地	由布院の自然を守る会
神戸市旧居留地地区	街並み、オフィス街	旧居留地連絡協議会

事例研究は「都市(まち)づくり」に限らず、あらゆる領域の論証に必要かつ有効な技法である。その際、事例やモデルの選定基準は重要なテーマとなるが、「都市(まち)づくり」領域では欧米や大都市など先進都市をモデルとしがちである。その多さと弊害について、造園の技法と地方都市の実状で説明したい。

造園の世界には「うつし」という技法がある。これは何処かの美しい空間を、庭園にそのまま小さく「写して造る」技法である。この「うつし」技法を「都市(まち)づくり」にそのまま転用すると、それは「都市(まち)造り」になってしまう。その事例は日本の地方都市に散見される。例えば、地方都市の市街地には東京銀座を小さく写した「xx銀座」ならぬ「リトル・トーキョー」が、観光地には京都を小さく写した「小京都」が数多く存在する。東京や京都を小さく写しこんだ「リトル・トーキョー」や「小

京都」も造られた当初は、其処に賑わいや活力が創出された事例も多い。しかし、それは同事例蓄積と時間経過が大きくなるほどに陳腐化していく。

以上を踏まえ、本稿の事例研究は以下に考慮する。

事例研究対象は本稿の主旨、つまり「開放型コミュニティ」の在り方に特化し、其処に造られた建造物の類には極力触れない。

神戸三大観光地の再生検討を目的とする事例は、神戸と同じ観光資源を有し、神戸と都市の特性・位置付けが近い都市を選定する。

神戸三大観光地のうち、神戸港の再生を検討する事例として「福岡県門司港レトロ地区」を選定した。また、有馬温泉と六甲山は至近なため、温泉と山をセット事例として「大分県湯布院地区」を選定した。

門司港と神戸港は、地域の位置付けが酷似している。いずれも入港船舶数が日本一の時代を築いた日本を代表する港湾都市である。そのため、東京や大阪に本社をもつ企業の支店が集積していた。そして、理由と時期は異なるが、至近の大都市(福岡、大阪)への支店統合により事業所数・就業者数が激減した。

次に、温泉と山をもつ地域は全都道府県に存在する。また、温泉地の集客数は都市の規模や特性にほとんど左右されない。よって、当事例は都市の特性に着眼するよりも、神戸と同じ出来事(震災)を契機にコミュニティが活性化した事例を選定した。

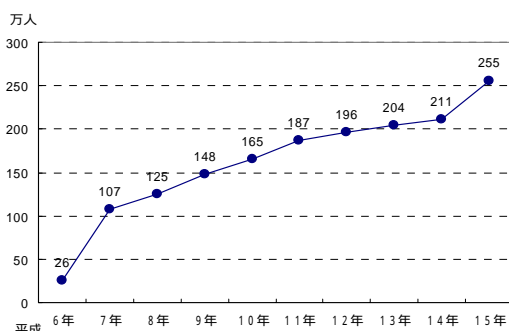
4 - 2 . 北九州市門司港レトロ地区

門司港コミュニティの注目すべき点

「レトロな地域・施設」との枠組みを生み、それに高い価値を付与
8つのコミュニティの集合体
複数の企業、自治体も参加
近隣地域との連携により弱点補完

門司港レトロ地区は、関門海峡に面する門司港の第一船だまりを中心とする半径約300mのエリアである。この狭いエリアに平成15年には年間255万人の観光客が訪れている。平成6年の年間観光客数26万人から約10倍の成長を遂げている。

門司港レトロ地区の観光客数推移



門司港は1889年に国の特別輸出港に指定され、大陸貿易の基地としての役割を担い多くの企業が門司港に事業所を構えた。一時は神戸港を抜いて入港船舶数が日本一の時代を築いた門司港は、第二次世界大戦による大陸との交流断絶等を機に急速に衰退した。それにより、船だまりや多くの建造物が利用されないまま取り残された。

昭和60～62年にかけて、船だまりの埋め立てと歴史的建造物(旧門司三井倶楽部)の解体の話が浮上した。この話に地元の複

数コミュニティが反対の声をあげた。北九州市はその声を受け、国に次の働きかけを行った。まず、旧文部省より旧門司三井倶楽部を国指定重要文化財として指定を受けた。そして昭和63年には旧自治省より、船だまりや歴史的建造物の保存・有効活用を核とした「門司港レトロ事業」を「ふるさとづくり特別対策事業」として採択を受けた。これは「門司港レトロ地区」が「レトロな地域・施設」との枠組み(ビジネス・モデル)を何処よりも早く打ち出したことを示している。

「レトロな地域・施設」は平成以降現在まで今も非常に高い人気を持続している。例えば、大正浪漫調のまち、昭和30年代の街並み等である。今や「レトロな地域・施設」とのビジネス・モデルは、地方都市における都市再生の切り札的な位置付けにあり、それは民間娯楽施設にも数多く利用されている。

門司港と関門海峡がもつ歴史、自然、文化を保存しながら活用する枠組みを、事業として推進したのは行政であるが、その必要性を唱えたのは地元の複数コミュニティである。「レトロな地域・施設」との枠組みを、より強く発展的なものとするため、複数コミュニティの力を終結することにした。1995年に設立された「門司港レトロ倶楽部」は、8つのコミュニティの集合体であると同時に、11の民間企業・団体と行政が参画した。8つのコミュニティは本来、それぞれが違う目的を有する。例えば、商店街振興、バナナ叩き売り保存、まちづくり、景観保存等さまざまである。それぞれ違う目的を有する8つのコミュニティが「門司港レトロ倶楽部」という一つのコミュニティに結集できた最大の理由は、目的と枠組みが明確に共有化されているからである。「地域資源の保存、地域の再生」という地域の目的と、

その目的を達成する「レトロな地域・施設」との枠組みである。地元の複数企業や行政も、その目的と枠組みを共有化し、コミュニティを資金や企画など側面から支援している。

さて、門司港レトロ地区は交流機能を高めるうえで大きな弱点を抱えている。それはエリアの狭さである。半径約300mのエリアでは1～2時間もあればエリア内全てを歩いてしまい、消費を生産に繋げ難い。門司港レトロ地区では、その課題を近隣地域との連携で解消している。門司港レトロ地区では昭和62年まで、単独のコミュニティにより花火大会を実施していた。対岸の下関市においても、同様に地元コミュニティが門司港花火大会とは別に花火大会を開催していた。しかし、門司港レトロ事業が開始された昭和63年からは、双方の共催による「関門海峡花火大会」となった。これを機に、行政も連携を強め、2001年には下関市と北九州市が同じ条文による「関門景観条例」を施行した。また、下関市では2001年に門司港レトロ地区と船で結ばれる対岸部「唐戸地区」に水族館や市場を整備した。これにより、門司港レトロ地区と下関港唐戸地区を結ぶ関門汽船の乗船客数は2001年以前には年間25万人前後であったが、2002年には58万人となる。近隣地域との連携はコミュニティが開放的となり、門司港レトロ地区の弱点をも補完した。門司港から船で5分の対岸に、対岸地域の資金と工夫による魅力ある地域が創出されて、門司港レトロ地区は自己投資なく回遊性を高めることに成功している。

4 - 3 . 大分県湯布院町

湯布院コミュニティの注目すべき点

「自然の保全と活用」との枠組みを創出
近隣自治体との差別化。団体旅行のメ
ッカ「別府温泉」に対して、主に女性少
人数グループ向けの「地域づくり」
誰でも参加できる屋外での音楽祭
1990年に設立した「由布院観光総合事
務所」の職員を町外から公募

大分県には由布岳を境に二つの温泉地がある。東側の別府市と西側の湯布院町は、同じ温泉地でも都市の位置付けは正反対である。別府市には「別府八湯」と呼ばれる歴史ある温泉群が8箇所 に点在し、8世紀鎌倉時代より陸海交通の要衝となる地の利もあり、別府市は「温泉地」の地位を確立する。歴史・地の利もさることながら、別府温泉は温泉湧出量(13.7万kl/日)・源泉数(2846箇所)・泉質(10種類)という温泉機能が日本一を誇る。観光資源と交通アクセスに恵まれる別府温泉は、多くの観光客、特に中高年男性層を主とした団体旅行客を集めた。別府では、そういう団体客が好む施設、例えば宴会場など設備の充実した大規模旅館やゴルフ場を競うように開発して集客規模の拡大を図った。

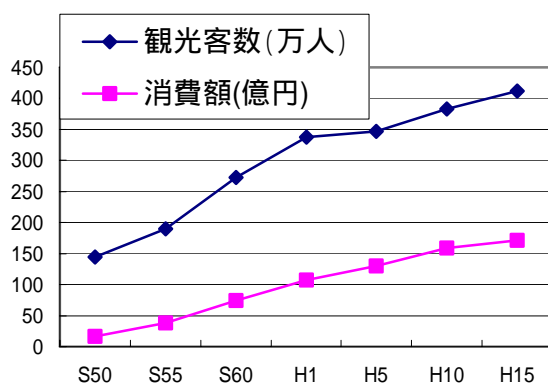
湯布院町では、この別府市の開発行為に対する反対運動が起こり、昭和45年に「由布院の自然を守る会」を発足して、自然保全運動への取組を開始した。当時は現在と違い、自然保全の価値は余り認識されていなかった。そして、人口約1万人のどこにでもある田舎の山村風景は、観光資源とは程遠い存在であった。その湯布院町が全国的に初めて注目を集めたのは、昭和50年に発生した大分中部大地震で「湯布院町の旅館は全て損壊(被害総額約50億円)」との報道であ

る。湯布院町が震災を都市活性化の契機とした点は、神戸市にとって参考になるであろう。湯布院町はこの震災被害を情報発信チャンスと前向きに捉え、昭和50年にユニークな催しを立て続けに企画・実行した。その主なものは、「辻馬車」の運行、「第1回ゆふいん音楽祭」の開催、「第1回牛喰い絶叫大会」の開催であり、いずれも観光客から強い支持を受け現在継続中である。

「ゆふいん音楽祭」は平成16年には30周年を迎え、今でこそ町営の公民館ホールで格調高いクラシック音楽が演奏されているが開始当時は屋外で開催していた。大自然の中に響く音楽の音色を聴いて・演奏して、来訪者に感動して欲しいとの願いからである。

このような取り組みは全て、「自然の保全と活用」という枠組みに基づいている。門司港レトロ地区と同様に、コミュニティが来訪者に支持される明確な「枠組み」を示すことで、交流人口は持続的に増加している。

湯布院町の観光客数と観光消費額



湯布院に訪れる客層は性別では女性が約7割、少人数グループ旅行が主であり、団体旅行主体の別府とは対照的である。湯布院では、そういう客層を丁寧にもてなす為、1990年に「湯布院観光総合事務所」を設立

した。その事務所職員を町外から公募し、事務局長には東京都庁職員を採用している。こういう些細な点にも、地元だけの閉鎖型コミュニティでなく、開放型コミュニティを志向していることが伺える。

4-4. 神戸市旧居留地地区

旧居留地コミュニティの注目すべき点

「賑わいと風格ある中枢業務地」との枠組みを創出
 百社を超える法人会員の会費・意見の重みは均一
 協議会メンバーは転勤族が多く、常に新しい人と情報が交流
 コンサートを年に数回、街角で開催。ソリストは公募

旧居留地は、元は「神戸外国人居留地」であり、1868年に神戸港開港とともに設けられた約22haのエリアであり、南は神戸港に2~3百m、北は三宮駅に2~3百mの好立地にある。このような歴史と地理条件から、旧居留地は戦前から高層ビルが立ち並ぶ神戸を代表するオフィス街である。第二次世界大戦中、旧居留地に事務所を構える法人企業約30社によるコミュニティ「国際地区共助会」が設立された。設立当初の活動は会員相互が異業種間の壁を越えて親睦を図ることが主であったが、昭和58年に「都市景観形成地域」に指定されてから、まちづくりに強く関与するようになる。これを機に、まちづくりに向けた組織体制強化を図り、コミュニティの名称を「旧居留地連絡協議会」と変更した。

阪神大震災により、旧居留地は建造物破壊と事業所撤退という大きな痛手を受ける。阪神大震災を機に「旧居留地連絡協議会」は、まちづくりの主体として様々な計画を立

案する。それら計画は神戸市長へ提出すると同時に、自らが計画に沿って多彩な活動を展開している。計画・活動の事例を幾つか紹介すると、平成9年に「まちづくりガイドライン」を策定した。まちの風格と景観の保持を主たる目的としており、禁止事項(自動販売機の路上設置、立看板・旗・突き出し類の広告物設置)と配慮事項(建物の材質・照明・色彩など)が盛り込まれている。また、平成13年には「神戸旧居留地/地域防災計画」を策定した。「旧居留地連絡協議会」は、この計画に基づいて自らが地域の防災活動の主体として活動した。その活動は平成15年に「防災功労者内閣総理大臣賞」を受賞した。

旧居留地では、平成元年に始めた街角でのコンサートを現在も年に数回開催している。ソリストは公募で、若手音楽家にとってプロへの登竜門の場となることを志向している。

これら多くの計画と活動の全ては、旧居留地を自らの歴史的背景から「賑わいと風格ある中枢業務地」と位置付けた枠組みに基づいている。例えば、「まちづくりガイドライン」はまちの枠組みを具体的に示したものである。この「まちづくりガイドライン」に抵触する建造物は、旧居留地エリアでの出店を断念するか、「まちづくりガイドライン」を遵守するかを選択を迫られる。全国均一の派手な店舗外観がトレードマークである「ファーストフード店」や「コンビニエンスストア」にとっては、出店断念との選択肢は旧居留地(約22ha)というビッグ・マーケットを失うことになり、遵守する選択肢は「全国どこでも均一お馴染みの顔」、つまりアイデンティティを失うことになる。筆者が旧居留地を昨年秋に歩いたところ、概ね「ファーストフード店」は断念組、「コンビニエンスストア」は遵守組のようである。

店舗が出店する地域を選ぶように、地域(コミュニティ)も自らの「枠組み」に合う店舗を選んでよい。路面に自動販売機・派手なネオン看板・旗の無い「コンビニエンスストア」の外観は旧居留地の街並みに融けこみ、本来の姿(全国均一の店舗外観)より品の良さを感じさせる。

このように、まちの「枠組み」が明確に示される地域には、その枠組みに共感する店舗と来訪者が自然に集まる。阪神大震災の影響で空いていたテナントに現在では、高級ブティック・飲食店が続々と入居し、旧居留地の賑わいと風格は更に増している。元はオフィス街で週末には人通りの少なかった旧居留地は、現在では曜日を問わず多くの来訪者が交流を楽しめる地域に変貌した。

設立から約60年経過した「旧居留地連絡協議会」の会員数は百社以上である。そして、東京や大阪に本社を構える大企業の支店が多いことから、協議会メンバーには転勤族が多い。よって、常に多くの新しい人と情報が交流する「開放型コミュニティ」である。旧居留地連絡協議会では、百社を超える各法人の会費額と意見の重みを均一としている。この仕組みは「開放型コミュニティ」を維持するのに重要な機能を果たしている。この理由は次章にて説明する。

5. おわりに

「開放型コミュニティ」の推進を人口減少社会における重要な都市再生施策と筆者が提唱する背景に触れておきたい。従来の都市論、つまり人口増加社会における都市論は概ね次のように位置付けられる。

先ず大前提として、「定住民」が安心して暮

らせる生活を出発点として、それを維持するために定住民の雇用が必要となり、その手段として商店街や観光など地場産業の「活性化」との名目の「保護」が最優先され、そこから生まれるコミュニティや利益享受は閉鎖的なものとなりやすい。

人口減少社会到来を機に、筆者はこの前提と手段を倒置して発想することが必要だと考える。つまり、先ず大前提として、「都市活性化」を出発点とすると、そこで交流する人と情報の交流は質的な向上が必要となり、そこから生まれるコミュニティや利益享受の主体は「閉鎖型」ではなく、来訪者など外から関与する者を含めた「まちに関与する者全員」を対象とした「開放型」とせざるをえない。

この仮説を検証するために、交流人口が減少あるいは増加する地域における「コミュニティ」の在り方を調査研究することにした。特に4章では、交流人口が増加する「開放型コミュニティ」の事例分析を行った。その結果を踏まえ、「開放型コミュニティへの5つの提案」を示すことで本稿の纏めとしたい。

開放型コミュニティへの5つの提案

組織形態には拘らない。
「誰が言ったか」でなく、「何を言ったか」を重視する。
地域の枠組みを決める。
地域内および近隣の団体・自治体を取り込む。
誰もが参加できる「開放的な手段・場所」でイベント等を行い、来訪者を取り込む。

組織形態には拘らない。

4章の3事例にあるコミュニティは全て、法人格を持たない「任意団体」である。流行の「NPO」ではないし、利益を追求する会社組

織でもない。コミュニティを支援する立場にある行政には、法人格を持たない「任意団体」には、経済的支援をしにくい制度体系を維持していることもあり、NPOの認定数を上げることに努める傾向が見られる。行政がコミュニティへの経済的支援(交付金等)や知識的支援(ノウハウ等)に関して、コミュニティの組織形態に制約を設けてしまうと、コミュニティ側もNPOへの組織形態の「変更」を「昇格」と錯覚してしまう。

「誰が言ったか」でなく、「何を言ったか」を重視する。

組織形態と併せて「誰が言ったか」に固執しないことも大切である。開放型コミュニティでは「何を言ったか」が重視されるが、閉鎖型コミュニティでは「誰が言ったか」が重視されがちである。つまり、閉鎖型コミュニティでは「人に付帯する知名度・権力」が重視されやすい。一方、開放型コミュニティでは「人と情報の交流から生まれるコンテンツ・価値」が重視される。具体的に言えば、閉鎖型コミュニティでは、その狭い世界で知名度・権力が高い者の言動は、それが仮に価値の低いことであっても、価値の高い(採択可能な)言動と認知されてしまう風潮がある。逆に、知名度・権力とは縁のない者の言動は、それが価値の高いことであっても、先ず粗を探されて、価値の低い(採択不可能な)言動として却下されやすい。事実、地域コミュニティのメンバーの大半は知名度や権力とは無縁であり、彼らが「行政に話を持ち込んだが、最初はまるで相手にされなくて実行に時間を要した。あるいは実行に至らなかった。だから、外部の有識者をコミュニティ幹部に招聘することを

検討している」等と言う話を見聞する。そういう意味で、「旧居留地連絡協議会」の仕組み、つまり「コミュニティ構成員の会費・意見の重みは均一」は非常に意義が高い。

地域の枠組みを決める。

前述の「何を」を適正に評価する基準が必要となるが、それが「地域の枠組み」である。門司港レトロ地区では「レトロな地域・施設」との枠組みを昭和60年代に生み、それを育んだ。湯布院では「自然の保全と活用」の枠組みを昭和50年代に生み、それを育んだ。そして、神戸旧居留地ではコミュニティ設立当時(第二次世界大戦中)から「賑わいと風格ある中枢業務地」を枠組みとしている。3事例ともに、「うつし」ではない個性的な枠組みであり、それはコミュニティが人と情報の交流媒体となって創出したものである。

地域内および近隣の団体・自治体を取り込む。

人と情報の交流は、都市の枠組みを生み、都市の活力・魅力をも創出していく。よって、コミュニティは人と情報がより多く、より開放的に交流しうる媒体となるよう、外側に輪を広げること努めたい。門司港レトロ地区では、近隣の団体・自治体と連携することで、地域の弱点(エリアの狭さ)を補完している。

誰もが参加できる「開放的な手段・場所」でイベント等を行い、来訪者を取り込む。

からの過程で、コミュニティの「じりょく(自力・地力)」を蓄えたら、多くの来訪者を

取り込み、コミュニティの「じりょく」を都市の「活力・魅力」に昇華していく。神戸旧居留地と湯布院では屋外で音楽コンサートを開催し、ソリストを広く外部から公募している。このように、イベント等は「開放的な手段・場所」で実施することで、来訪者は地域の枠組みを認知・共感し易くなる。地域の枠組みに魅力があるとしても、それを来訪者に解り易く開放的に示せないと、その地域の交流機能は高まらない。

神戸旧居留地では第二次世界大戦中より、地域の枠組みは存在したが、当時のコミュニティの活動・目的はコミュニティ内部の親睦を図る等、「閉鎖型コミュニティ」の色合いが強く、地域の枠組みを外部へ発信する機会は少なかった。しかし、震災を機にイベントや「まちづくりガイドライン」等を外部へ解り易く開放的に示し、来訪者を取り込むことに努めた。その結果、つまり「開放型コミュニティ」を志向した結果、神戸旧居留地は週末には人通りの少ないオフィス街であったが、まちの枠組みに共感する店舗・施設が自然に集積し、現在では曜日を問わず多くの来訪者が交流を楽しめる地域に変貌した。

【参考資料】

兵庫県神戸市(WEB、市作成資料)

福岡県北九州市(WEB、市作成資料)

大分県湯布院町(WEB、町作成資料)

門司港レトロ倶楽部(倶楽部作成資料)

旧居留地連絡協議会(協議会作成資料)

経済産業省「商業統計調査」

久繁哲之介「ブランド消費大国日本における都市ブランド化の推進」