

# 中心市街地でストリート・パフォーマンス(Art 編)

{消費者視点からみる中心市街地活性化(8)}

都市研究センター 研究員  
久繁 哲之介

## 1. はじめに

ストリート(みち)を足早に歩く都市居住者は、「ストリートを歩くことが楽しい」事を忘れてしまったか、知らないように見える。しかし、後述するストリート・パフォーマンスに多くの人が集い、賑わいを創造している事象より次の仮説を導くことができる。

*仮説：都市居住者はストリートを歩く楽しさを知り、求めてもいるが、都市には楽しく安全に歩けるストリートが非常に少ない。それ故、都市居住者はストリート・パフォーマンスに足を運ぶ。よって、都市にストリート・パフォーマンスを創造すれば、そこは楽しく安全に歩けるストリートに再生され、そこに多くの消費者が集い、活気と賑わいが生まれる。*

事実、都市の「ストリート」は車に占拠され、歩道には「人為的に発生するバリア」が溢れ、それらは消費者の安全で快適な歩行を妨げている。「人為的に発生するバリア」とは、段差など建築物や公道の構造に起因するバリアでなく、ストリートを利用する「人」に起因するバリアで、主要なものは次の5つである。

放置自転車、自転車を暴走する者  
火を外側に向けて喫煙する歩行者  
携帯電話の画面に夢中な歩行者  
不法に地べたに座りこむ者、横たわる者

不法な投棄物、広告物

注) と の法は道路交通法である。

これらの「人為的に発生するバリア」に接触して、怪我やトラブルに巻き込まれた都市居住者の事例は多数報道されている。例えば、日本経済新聞(2003.10.26)で紹介された「2002年度の自転車対歩行者の事故件数」は1941件である。これは10年前の4.2倍である。交通事故全体の同期間伸び率が35%であることを考慮すれば、自転車を暴走する者は確実に増加しており、ストリートの歩行安全性は急激に悪化している。また、日本経済新聞社が2003年10月に20歳以上の非喫煙者1000人を対象に実施したアンケート「全面禁煙にしてほしい場所」の上記3箇所は以下のとおりである。ストリート(路上、横断歩道)の安全で快適な歩行は、都市居住者の切実な願いであることが垣間見れる。

図表1 全面禁煙にしてほしい場所

順位	場所	回答者数
1	路上	753人
2	横断歩道付近	370人
3	鉄道のホーム	279人

出典)日本経済新聞(2003.11.29)

注)回答者1000人による複数回答のうち上位3箇所である。

本稿前号では、中心市街地ストリートにおける「人為的に発生するバリア」の現状と発

生原因を考察し、それを抑制かつ中心市街地に賑わいを創造する手法として、ストリートが消費者が自由に主体的に参加できる「パフォーマンス空間」として再生することを提案した。この「パフォーマンス空間」は大きく2つに分類できる。一つは街路市やフリーマーケット、屋台・露店など「Shop系パフォーマンス空間」であり、これは前号で取り上げた。もう一つはダンスやミュージック、大道芸や祝祭など「Art系パフォーマンス空間」であり、これは今号で取り上げる。

ここで、中心市街地ストリートを「パフォーマンス空間」として再生する目的と効果を確認しておきたい。一昔前、街のストリートには多種多様なパフォーマンスが見られた。大人にとっては会話等を楽しむ「社交場」であったり、子供にとってはメンコやベーゴマ等を楽しむ「遊び場」としての機能がストリートには存在した。市民はそのような「交流機能」を有するストリートに愛着をもち、特別な目的がなくてもストリートをゆっくりと散策・徘徊する楽しみがあり、そこには出会いや発見があった。

しかし、現在のストリートは大量の車に占拠され、それを高速かつ効率良く移動させることに囚われた道路政策の影響も受け、歩行者がストリートをゆっくりと散策・徘徊する楽しみは何時の間にか奪われてしまった。その結果、現在のストリートは、「出発点から目的地へ単に移動するルート」にしか過ぎず、都市居住者はそこに愛着も関心も持っていない。したがって、都市居住者は「単に移動するだけの行為」には少しでも時間短縮を図りたく、自転車を暴走・放置することに繋がる。また、煙草や携帯電話でも手にしないと退屈でしかたがない。昨今、自治体では条例等で放置自転車や路上喫煙等の「人為的に発

生するバリア」に罰則を課すペナルティ施策を打ち出しているが、それが生まれる背景や消費者意識が考慮されていない施策には、都市居住者が示す反感・無反応は容易に想像できる。

そこで解決策としては、ストリートの位置付けを通行機能だけに特化された「通行空間」から、市民がストリートを汚したり素通りできないほど愛着と関心をもてる「パフォーマンス空間」に再生する仕組みが必要である。

この「パフォーマンス空間」は欧米では、ストリートにおいても、商業施設やテーマパーク内の歩行空間においても、そこにあって当たり前前の景色のように定着している。特にパリでは、ストリートカフェや朝市などの「Shop系パフォーマンス空間」は、パリの重要な観光資源であり、都市の顔でもある。また、パリではストリートでの営業を許可する事業者から道路占用料など利用料を徴収しているが、この利用料収入は市税収総額の約8%を占めると言われる。このような背景から、中心市街地ストリートにパフォーマンス空間を推進する効果として、次の3つを期待できる。

「人為的に発生するバリア」抑制の総合的な施策となる。

中心市街地に賑わいと魅力を生むソフト的な施策となる。

パフォーマンス利用料収入が自治体の財源を豊かにする。

## 2. ストリート・パフォーマンス空間の効果

公共空間を利用して市民参加型まちづくりを推進するという観点から、ストリートを「パフォーマンス空間」とすることの効果考えた

い。都市公園など屋外公共施設で開催される行事・スポーツに参加・観戦する「劇場空間」、公民館など屋内公共施設で開催される会議・音楽会に参加する「インドア着席空間」と比べると、「ストリート・パフォーマンス空間」は都市居住者の参加・参入障壁がほとんどない。その点で、「ストリート・パフォーマンス空間」の推進は市民参加型まちづくりに適している。

都市居住者が「劇場空間」や「インドア着席空間」に参加する場合、場所や時間、参加資格が限定されることが多い。特に参加資格は居住者限定、招待者限定、高額チケットを購入できる消費者限定など参加・参入障壁は高い。「劇場空間」と「インドア着席空間」は予約なしに、気軽に立ち寄り、つまみ食い(興味のある部分、都合の良い時間帯にのみ参加)することは非常に難しい。

これに対して、「ストリート・パフォーマンス空間」は、参加する資格・費用・場所・時間はフリーであることが多く、自分の都合・興味に合わせて気軽に参加できる。つまり、予約なしに、気軽に立ち寄り、つまみ食いが可能である。この参加・利用形態は、コンビニエンスストアへ毎日のように立ち寄る現代の都市居住者には非常にマッチしている。

### 3. Shop系パフォーマンス空間の効果

前号にて取り上げた「Shop系パフォーマンス空間」とは、街路市、フリーマーケット、屋台、露店等の商取引をストリートで行うことである。これにサービス提供者(販売者)として参加するには、道路占用料等の参加費用が必要となる。しかし、この参加費用は商業施設に出店することに比べると格安である。前

号にて取り上げた「高知市の日曜日」は1日400円(日曜日以外の平日は290円)、「徳島市のパラソルショップ」は1日3千円で出店できる。

これは市民にビジネスチャンス(雇用機会)を与え、ここで成功した市民が正規に店舗を構える段には、商店街等の空店舗に入居してもらえる効果さえある。また、道路占用料など出店費用の過半は自治体の純益となる効果もある。

一方、サービス受益者(消費者)は参加することに費用も制約もなく、既存の商業施設では得ることのできない楽しみを享受できる。例えば、掘り出し物を探す楽しみ、おまけや値引を交渉して得る楽しみ、普段出会えない人と交流する楽しみ等がある。

### 4. Art系パフォーマンス空間について

もう一つのストリート・パフォーマンス空間である「Art系パフォーマンス空間」を定義しておきたい。「Art」は癒し、安らぎ、感動など心の豊かさを求めるものである。よって、狭義の芸術には囚われず、消費者の心を癒し、感動を与えるパフォーマンスは全て「Art系パフォーマンス空間」とする。国内外ストリートで多く見られる「Art系パフォーマンス」は、ダンス、ミュージック、大道芸、祝祭である。これらの効果や「Art系パフォーマンス空間」を推進するための対応策を探るため、本稿では次章以降にて、次の「Art系パフォーマンス空間」を取り上げる。

ベネチア「カルネヴァーレ」

四国「お遍路」

柏市「Street Break」

全国展開される「よさこい祭り」

## 5. ベネチア「カルネヴァーレ」

### 5 - 1. 車の無いストリート

ベネチアでは街中のストリート全てに車が進入できない。これには物理的な理由と都市経営的な理由がある。ベネチアは人工的に創られた約120の狭い人工島の集積であり、各島は車で移動するほど広くなく、そこには長さ・幅が十分なストリートは無い。或るのは水路と路地裏レベルの狭く曲がりくねったストリートである。かつて、ベネチアは海洋国家として栄華を極めたが、国力が衰えたのを機に観光都市への変貌を図った。車の乗り入れ禁止は、その重要な都市経営的戦略と位置付けられている。つまり、中世の街並み・雰囲気を保存し、街を魅力的に見せるために、生活の足であり観光の足ともなる車を排除した。これはベネチア市民にも観光者にも大きな代償ではあるが、見返りにベネチア市民は観光収入を、観光者は感動を得ることができる。したがって、ベネチア市内の移動手段は、水上交通を除くと「歩く」しかない。このベネチアに年間約1200万人の観光客が訪れる。彼らはベネチアへ何かを求めて「わざわざ歩きに行く」との見方ができる。ベネチアへ訪れた観光客は一概に、「ベネチアの街には多くの感動と驚きが或る」と言う。確かに、ベネチアには歴史的建造物やそれを生かした中世の街並み、水際の美観など「観光資源」には事欠かない。そのハード面での「観光資源」を十分に生かし、より魅力的に見せるのがソフト面での「観光施策」である。それは「カルネヴァーレ」であり、自動車排除である。

ベネチアはハード面の魅力、つまり歴史的建造物やそれを生かした中世の街並みが優れている。それに加え、車の無い安全で快適な歩行が約束されているソフト面での魅力が人を惹きつける。ドイツのフライブルグも同様である。フライブルグでは、黒い森や中世の街並み等ハード面の魅力を生かすために、市街地への車の乗り入れを禁止するというソフト施策にも力をいれている。

日本でも、2003年9月末時点で450市町村が景観条例を制定し、景観の維持・整備を推進している。また、2004年には「景観法」の制定が予定されており、建物などハード面での形・高さ・色彩を整備・統一する流れは一層加速されるであろう。ハード面の整備が進み、外観的に美しくなる日本の街並み・ストリートに消費者を惹きつけるには、ベネチアやフライブルグの例で明らかのように、ソフト面の推進も求められる。

ソフト整備を「自動車排除」という点から観れば、日本都市では自動車の完全排除は困難である。しかし、場所や時間にゾーンを設けた「歩車分離」、「歩行者優先」は進めたい。事例としては、歩車分離を明確にした「コミュニティ道路」や「歩行者天国」は既に各都市で普及している。また、国土交通省が推進している「くらしのみちゾーン」では、2003年6月時点で登録された42地区において、歩車分離や歩行者優先などの施策を総合的に実施し、車中心から人中心のみちへの変換を図っている。

### 5 - 2. カルネヴァーレ

イタリア語でカーニバルをカルネヴァーレ(carnevale)と言う。イタリア語のcarne(カ

ルネ=肉)とlevare(レヴァーレ=取り除く)から成っており、「肉を絶つ」が語源である。カルネヴァーレはカトリック宗教に係る祝祭(カーニバル)である。カトリック教徒は復活祭前の40日間は肉食を絶つため、その断食前の約2週間は大いに肉を食べ、酒を飲み、踊り騒ごうとの趣旨で祝祭は始まったとされる。よって、カルネヴァーレは例年2月上旬から約2週間にわたり開催される。カルネヴァーレ期間中は年間で一番寒い時期にも関わらず、約100万人の観光客が訪れる。1990年代には1日に訪れる観光客が12万人に達したこともあり、ベネチア市の宿泊施設キャパシティ(ベッド数約9万床)を超え、サンマルコ広場などに寝袋で寝る者が多数居たほどである。

カルネヴァーレ最大のイベントは参加者の仮装を競うもので、ベネチア市では毎年、開催1ヶ月前にその年の仮装テーマを発表する。カルネヴァーレにおける仮装の決めては仮面であり、仮面を付けることで日常(かつては階級社会における階層)から完全に開放されることで、自由に祝祭を楽しむ意図がある。カルネヴァーレ期間中、街のストリートや広場は仮装して明るく振舞う人で賑わう。また、観光客も気軽にストリート・パフォーマンスに参加できるよう、街の至る所に仮装レンタルショップが開かれる。

ストリート・パフォーマンスの開催・運営に地元自治体は時間的にも財政的にもかなりの負担を負うこともありえる。しかし、ベネチア市では1992年にカルネヴァーレの運営を民間企業 (swatch , UNITED COLORS OF BENETON の2社)に委託し、市は運営に全く支出をしないで済んでいる。一方、スポンサーとなった2社はかなりの利益を上げた(2社

は約30億リラずつ運営資金を出し、期間中取引高は2社合わせて約130億リラ)と言われる。

ストリート・パフォーマンスは自治体の負担なく街を活性化でき、地元民間企業をも活性化させうる効果がある。

## 6. 四国「遍路」

四国「遍路」とは諸説あるが、弘法大師が修行の為に四国に渡り開いた八十八所の寺院を巡礼する事で、その行程は約1100kmであり、参加者は毎年30万人以上である。「巡礼の道」はキリスト教のエルサレム巡礼、イスラム教のメッカ巡礼など、宗教や文化の違い、そして時代を超越して世界中に今も多数存在しており、日本でも千以上の巡礼地がある。同じ四国でも「三十三所観音巡礼」は「巡礼」と言われるように、四国「(八十八所)遍路」だけが「巡礼」ではなく、「遍路」と言われる。それは四国「(八十八所)遍路」には、寺院を巡るのと同じかそれ以上に、ストリート(路)を巡り歩くことに価値があるからである。したがって、四国「遍路」は宗教心の有無に関わらず、誰もが自由に参加でき、心の豊かさを十分に充たせるストリート・パフォーマンスである。

四国「遍路」が一年を通して多くの消費者から支持される理由は、四国の温暖な気候と、四国毎に異なる自然美と、四国への訪問者を大切にもてなす地元居住者の心にあると言われる。四国「遍路」を取り上げるメディア記事で良く言われるキーワードは、「お遍路には癒しがある」、「地元の人が親切でその触れ合いに感動する」。例えば、地元の人はお遍路さんを見かけると、採れたての農産物

をくれたり、「よう参ってくださいました」等と励ましてくれる。人との出会い・交流が自然に生まれるこの光景は、現代の都市が喪失した一昔前のストリート・パフォーマンスである。

## 7. 柏市「Street Break」

千葉県柏市では1973年に柏駅東口市街地再開発事業の一環として、柏駅東口に日本では先進的な人工地盤によるペDESTリアンデッキ(柏市では「ダブルデッキ」と呼ぶ)が完成した。柏市では、この「ダブルデッキ」を市民交流の場として位置付けた政策を実施しており、ここへ予想以上に多くの若者が集まり始める。彼らは「ダブルデッキ」で歌い踊る「ストリート・パフォーマー」である。彼らに対して、地元市民は「煩い」とか「街が汚れる」と排他的な反応を見せた。ここまでは日本全国で見られる「動を求める若者と静を求める大人の対立構図」であるが、両者が共生へと歩む出来事が連続して生まれる。

まず、「ダブルデッキ」等でストリート・ライブを継続していた1974年生まれの地元出身グループ「サムシングエルス」がプロ・デビューを果たすなどブレイクする。彼らは1993年から「ダブルデッキ」等でストリート・ライブを開始し、以後約3年間ほぼ毎日ストリート・ライブを続ける。1995年、「ダブルデッキ」でのストリート・ライブが芸能関係者の目に留まり、プロ・デビューを果たす。彼らはプロ・デビュー後も、「ダブルデッキ」等でストリート・ライブを継続し、彼ら目当てに200人以上のファンが、「ダブルデッキ」に集まるに至る。彼らのサクセス・ストーリーを見聞したアマチュア・ミュージシャンが、「ダブルデッキ」を中心とした柏に集まり、ストリート・パフォーマーは益々増加する。

この流れを知る柏商工会議所青年部は、1998年に「ストリート・ブレイカーズ」の創設を企画する。柏市在住・在勤・在校の18~25歳を参加条件にメンバーを公募し、約60名のメンバーで「ストリート・ブレイカーズ」を設立した。地元の行政・市民・駅周辺商業施設関係者もこれをバックアップするための組織として「柏駅周辺イメージアップ推進協議会」を設立した。これら組織は、「ダブルデッキ」等集まるストリート・パフォーマー達と「22時以降はパフォーマンスしない。パフォーマンス終了後にその場を掃除する。」との取り決めを交わし、市民との共生が始まる。そして、同年(1998年)にストリート・パフォーマンスの第1回目のイベント「Street Break 1998」を「ダブルデッキ」にて開催した。

「Street Break」はその後、毎年開催され、イベント内容は年々充実しており、それに参加する者(ストリート・パフォーマーとそれに触れる消費者の双方)に魅力あるものとなっている。まず、イベント分野が「ストリート・ファッション・コンテスト」、「モバイルフード・コンテスト」、「ミュージック&パフォーマンス・コンテスト」と多岐にわたり、若者のストリート・カルチャー分野の大半は網羅している。また、これらイベントの審査員にはマスコミやレコード会社関係者も含まれ、若きパフォーマーにはメジャー・デビューのチャンスがある。更に、受賞者は柏市をホームタウンとするプロ・サッカーチーム「柏レイソル」のホームスタジアムでの公式戦ハーフタイムにパフォーマンスを披露できる等、より注目される舞台が用意されている。そして何よりも、他都市では「煩い」等と邪魔者扱いされがちな「ストリート・パフォーマー」に、「柏のストリートに行けば温かく迎えてくれる」との期待感を与える。

このような期待感が充ちた柏のストリートには、他都市からも含めて多くの「ストリート・パフォーマー」とそれに触れたい消費者が集まる。まさに、ストリート(・パフォーマンス)は、ブレイク(夢を実現)する場となっている。

## 8. 全国展開される「よさこい祭り」

### 8-1. 都市祝祭としての「よさこい祭り」

日本には現在、約240の「よさこい祭り」がある。本家は勿論、50年の歴史を有する高知県高知市が開催する「よさこい祭り」である。祭りの由来は1953年に、高知商工会議所職員が隣県の徳島市で開催される約400年の歴史を有する「阿波踊り」を見て、1954年に高知市の地域活性化を主目的として都市祝祭を企画したとされる。

多くの都市祝祭のなかで、「よさこい祭り」がストリート・パフォーマンスとして高い効果があることを検証するため、ここでは都市祝祭を「発生時期」、「発生ルーツ」、「ストリートでのメイン・イベント内容」により次の3つに分類する。

1000年前後に疫病が流行した等の時代から、宗教的な背景より生まれたもので、代表例は日本三大祭りの京都「祇園祭り」、大阪「天神祭」である。ストリートでのメイン・イベントは、神輿や鉦など神に相当するものが行進するなど厳格な神事・儀式である。

上記よりも階級社会が進んだ1300~1700年頃、民衆のエネルギー・ストレスを表現(発散)する場として生まれ、現代の「盆踊り」という形に発展した。「阿波踊り」

が代表例であり、ストリートでのメイン・イベントは「踊り」である。踊りのスタイル、音楽、服装にはその都市の歴史や風土に基づく厳格な決まりごと(制約)がある。

戦後に、地域活性化のイベントや観光政策として創造されたもので、代表例には「よさこい祭り」がある。ストリートでのメイン・イベントは「踊り」ではあるが、踊りのスタイル・音楽・服装は現代的で自由である。前者( )と比べると「踊り」と言うよりは、「ストリート・ダンス」、「ストリート・ミュージック」という位置付けである。

都市祝祭は発生時期、発生ルーツ、ストリートでのメイン・イベント内容に違いはあれ、現代では全ての都市祝祭が、地域活性化や観光政策の色合いが濃くなっている。したがって、多くの消費者を集めることができる都市祝祭は、他都市から(模倣の)引き合いがあり、それが可能なものはどんどん他都市へ展開される。その代表例が約240都市に展開されている「よさこい祭り」である。

「よさこい祭り」が全国に普及している理由は、「踊り」の自由さにあると言われる。都市祝祭を「踊り」という観点でみると、先の分類でわかるように、神事であるには踊りはなく、とは「踊り」主体の祭りである。しかし、は踊りのスタイル・音楽・服装にその都市の歴史や風土に基づく厳格な決まりごと(制約)がある。これは(他都市で模倣する)汎用性に欠ける。一方、「よさこい祭り」の踊りの決まりごとは手に鳴子をもつ等に限られ、踊るスタイルも音楽も服装も全て自由である。ロック、サンバ、ラップ、パラパラまで何でもありで、祭りを他都市へ展開する汎用性は高い。また、この自由度は踊り手にもあり、踊り手はほぼ

同じ踊りで複数都市のよさこい祭りに参加できるメリットもある。事実、約240都市に展開された「よさこい祭り」はほぼ毎週、日本の何処かで開かれている。

「よさこい祭り」が全国展開される過程に触れよう。1954年、750名の参加者(踊り子)で始まった「よさこい祭り」は、1983年には参加者が1万人を超え、1989年には1.5万人を超えるまでに成長した。「よさこい祭り」の他都市展開一番手は、その3年後の1992年に札幌市で開かれた「YOSAKOI ソーラン祭り」である。そのきっかけは、1991年にすっかり著名になった「よさこい祭り」を北海道大学の学生が高知市で見て、北海道でも同じことをやりたいと思い、地元大学生を中心に「YOSAKOI ソーラン祭り実行委員会」を設立した。翌年の1992年6月から「YOSAKOI ソーラン祭り」は毎年開催されている。

「YOSAKOI ソーラン祭り」とは、本家となる高知の「よさこい祭り」と、北海道に古くから伝承されている民謡「ソーラン節」が融合したものである。よって、踊りのルールは2つである。まず、本家「よさこい祭り」と同じく手に鳴子を持って踊ること、そして曲のどこか一部に「ソーラン節」を入れることである。これは今後、全国展開されていく「よさこい祭り」の伝承基盤となる。つまり、踊りのルールは本家「よさこい祭り」のルール(手に鳴子を持って踊ること)と、その都市に古くから存在する民謡なり踊りを一部に取り入れることの2つである。

「YOSAKOI ソーラン祭り」の企画・運営で注目される点が二つある。まず、行政が関与していない点である。そして、観光客も飛び入り参加で踊れる「ワオドリソーラン」を設ける等の「自由度と開放度の高さ」である。

戦前に誕生している都市祝祭は多くの決

まりごと(制約)のもとで、それを頑なに守り伝承していくことに価値を置いている。したがって、地元から選ばれた成人男性のみが神輿を担ぐことができる等、参加者が限定されることが多い。また、その参加者のパフォーマンスは決まりごとを忠実に表現するに止まり、自由度はほとんどない。しかし、「よさこい祭り」は誰もが自由に参加でき、パフォーマンスを自由に表現できる。

仙台市の「みちのく YOSAKOI まつり」も前例と同様に、本家の「よさこい祭り」を見た仙台市の大学生が1997年に、よさこい祭りを仙台にも展開したいと企画し、翌1998年10月から毎年開催されている。

このように、「よさこい祭り」の全国展開は行政主導でなく、市民の(特に若者の)自発的好奇心や熱意によって次々に生まれた「民主導型地域活性化」である。

## 8 - 2 . 札幌市の道路整備政策と「YOSAKOI ソーラン祭り」の地域経済波及効果

YOSAKOI ソーラン祭りは、参加者(踊り手)数、観客動員(観光客)数とも今や本家「よさこい祭り」を凌ぐ規模に成長している。札幌市にはストリート・パフォーマンスが普及する土壌がハード面、ソフト面ともにあった。まず、幅員105mの大通り公園通りに代表される立派な道路(ハード)の存在、そしてロマネット計画等の道路政策(ソフト)である。

札幌市では、「札幌都心部ロマネット(ロマチック・ストリート・ネットワーク)計画」等の道路整備政策により、ストリート毎の空間活用方策が明確にされている。まず、道路を大きくトラフィック機能(自動車)優先とアクセス機能(歩行者)優先に分類する。アクセス機

能を例にとると、それは更に、観光・商業・歓楽・交流などに機能分類される。そして、各ストリートは「大通りシンボルロード」、「開拓使の道」、「開墾と美術の道」などと命名され、個別に自然・歴史・文化などを体感できる整備を行う。なかでも、「多様なイベントに対応し、人々が集う交流の場」と位置付けられる「大通りシンボルロード」には、「雪祭り」に次ぐビッグ・イベント出現が期待されていた。

週刊東洋経済(2001.6.30)によると、2001年に開催された「第11回 YOSAKOI ソーラン祭り」の地域経済波及効果は約300億円である。「第11回 YOSAKOI ソーラン祭り」の参加者(踊り子)は4.1万人、期間中に約201万人の観光客が札幌を訪れ、約205億円を消費し、他に100億円近い間接効果があったとしている。

## 9. おわりに

従来のストリート(道路)整備施策の多くには、地域活性化や集客を目的とした観光施策・景観施策と共通した誤解が散見される。それは、「観光はハード(観せる名所)を整備・充実すれば集客できる」、もしくは「景観はハード(建物など目に見える物)の形・高さ・色彩を整備・統一すれば美化できて、それが観光資源になる」との誤解と同じように、「ストリートはハード(植樹やオブジェ、ベンチなど設置される物)を整備・充実すれば集客でき、安全で快適な歩行空間になる」との誤解である。いずれにも、消費者の心を捉えるソフト面の整備・充実が欠落している。一方、本稿にて取り上げた「Art系ストリート・パフォーマンス」の4事例は全て、誰もが自由に参加でき、参加者はArtに向かうかのようにパフ

ォーマンスを自由に表現できるソフト的な魅力を有している。

ストリートのソフト面整備に向けて、「ソフト」の概念を解り易くするため、「ハード」と対比させて例示しよう。ハードを建物に代表される「物」とすれば、ソフトはArtに代表される「心」である。また、ハードを景観に代表される「視覚」とすれば、ソフトは「五感のうち視覚に依存しない聴覚・嗅覚」である。

ストリートを含め、これまでの公共空間整備は、ソフトが軽視されたハード偏重志向で、「目に見えてしっかりと存在する物」の整備を重視してきた。見方を変えれば、公共空間を整備する者は、公共空間を歩行する者の「目にみえない感覚や心に留まる」ソフト面の重要性に気がつかなかった。ストリートを含む公共空間整備には、このソフト面の重要性に気がつく経験・転機こそ必要である。例えば、本稿にて取り上げた「Art系ストリート・パフォーマンス」事例でわかるように、車と歩行喫煙者の無いストリートは、それだけで喧騒と悪臭から開放されて都市居住者には心が安らぐ経験となる。そして、喧騒と悪臭によって機能しなかった都市居住者の聴覚と嗅覚は本来の機能を取り戻し、その街の歴史や生活感が漂う匂い、流れる音を感じとることができる。

ストリートを都市居住者が車と「人為的に発生するバリア」による被害・ストレスを受けず、安全で快適に歩行できる空間に再生しよう。それは公共空間整備の発想をハード偏重からソフト面も重視する発想へ転換する第一歩となる。それには、誰もが自由に主体的に参加・交流できるストリート・パフォーマンスを推進することが重要な転機となる。

【参考資料・WEB】

イタリアのまちづくり(学芸出版社)

巡礼と文明(聖心女子大学キリスト教文化研究所)

週刊東洋経済(2001.6.30)

日本経済新聞(2003.11.29、2003.10.26)

ストリート・ブレイカーズ WEB

(<http://www.streetbreakers.org>)

TOSHIBA EMI 公式 WEB

(<http://www.toshiba-emi/co.jp>)

柏市 WEB

(<http://www.city.kashiwa.chiba.jp>)

高知市 WEB

(<http://www.city.kochi.kochi.jp>)

札幌市 WEB

(<http://www.city.sapporo.jp>)

YOSAKOINET(<http://www.yosakoi.net>)

YOSAKOI ソーラン祭り公式 WEB

(<http://www.yosanet.com>)