

## まえがき

都市再生、中心市街地活性化に関する成功事例集の類は世に氾濫している。成功事例として紹介された街を書籍(事例集)発行後に訪問してみると、地方都市を主に通行人さえ疎らな事例が多く散見される。施設開業直後やイベント時だけは賑わっていたが早くも衰退した事例もあれば、賑わいは当初より創出されていなかった事例もあるかもしれない。その真偽はさておき、これからの都市づくりには「持続可能性」こそ重要とのコンセンサスが醸成されてきている。確かに、施設開業時やイベント時は話題性から高い集客と賑わいを創出するが、持続可能な賑わいとはならない。この視点から今後の都市づくりには、「施設建設やイベント開催に依存しない持続可能性」が最も要求される。本論はその実現に向けた提案を、具体的な都市づくり事例考察を通して論じるものである。

本論のテーマである「サード・プレイス」を一言で定義すれば、住む場(第一の居場所)と働く場(第二の居場所)とは異なる「憩いと交流の場(第三の居場所)」である。都市再生事業や都市開発事業で整備される施設は住宅(第一の居場所)と、オフィスや商店街(第二の居場所)に偏重している。その結果、街中に居住者と就労者を増やすことには成功したが、誘導されて集まった「居住者と就労者」の多くは街中に今も尚「憩いと交流の場」を見出せないでいる。街中の地べたに座り込む若者の増加は、都市に居心地の良いサード・プレイスが少ないことの表れでもある。2007年から団塊世代の定年退職がピークを迎える。第二の居場所を失う団塊世代は都市の何処に居場所を見出すのか。

第二章「サード・プレイスとしてのスポーツクラブ」では、サード・プレイスの事例として「テニスクラブ」を取り上げた。テニスコートなどスポーツ施設は土地にかかる固定資産税と相続税は多くの自治体で最高税率が適用される一方で、宅地(第一の居場所)と農地や事務所(第二の居場所)の税率は驚くほど優遇されている。「シャッターを閉じた商店街」が様々な都市政策支援を受けながら今も多く存続する理由の一つは、「事業承継優遇税制」等を悪用した個人の節税対策にある。しかし、「シャッター商店街存続理由の一つは節税対策」との知見は殆ど表面化しない。それはシャッター商店街存続の理由を商店主自身にアンケート等で問えば、郊外大型店に客を取られた、後継者がいない等「弱者を装った回答」だけが表に出るからである(筆者の「シャッター商店街弱者装い論」に懐疑的な方は5章 89頁、太田市商店街の記述を参照)。弱者を装った者の弱音は上に直ぐ届き、「商店街は街の顔だから再生しよう」等と養護してもらえることが多い。一方、本当の弱者は弱者とは見なされないことが多く、本音を言える機会もそれが認められる機会も少ない。都市に「憩いと交流の場を見出せない者」はその典型例である。

現行の都市政策と関連土地税制では、「シャッター商店街」は支援を重ねても減らない一方で、サード・プレイスの一つであるテニスクラブは次々に閉鎖されている。閉鎖されたテニスクラブは、税負担の低い住宅(第一の居場所)やオフィス(第二の居場所)へどんどん転用されている。テニスクラブなど「サード・プレイス」が街中から減少・喪失することで、次のような都市問題が生じている。

消費の郊外化、在宅化：スポーツ愛好家が街中でスポーツを出来なくなった場合、二つの消費傾向にわかれる。スポーツ継続派はスポーツ施設の残る郊外でスポーツとスポーツ後の飲食・買い物を楽しむ。スポーツ断念派は自宅で過ごすことが増える。「消費の郊外化、在宅化」は三章のテーマとする。

地域コミュニティの喪失：老若男女で楽しめるテニスをする場は、幅広い層の地域住民が交流できる希少価値の高いサード・プレイスであるが、施設閉鎖と同時にそのコミュニティも喪失する。「地域コミュニティの喪失」は四章のテーマとする。

カップル減少社会：男女と一緒にプレイできるテニスは地域住民には交流の場であり、男女には出会いの場となる。事実、長い受験勉強を終えて大学生になった若者が加入するサークルは今も、テニスが際だって高い人気を示す。しかし街中には「テニスをする場(出会いの場)」が無い課題に直面する。出会いの場が減少すれば、カップル減少(ひいては非婚率上昇・少子化)社会が到来する。「カップル減少社会」は五章のテーマとする。

医療費増大：上述のように、テニスは様々な楽しみを得られるスポーツであり、スポーツが苦手な者にも取り組み易い側面が強い。したがって、テニスができない場合、他の(辛いだけの)スポーツには関心をもてず、スポーツを断念する者が増える。スポーツをしない者の医療費が、する者より高いのは勿論である。むしろ、サード・プレイスをもてない高齢者が病院を本来の意図(治療の場)とは異なる「憩いと交流の場」と位置づけてしまう弊害を指摘したい。

このように、「サード・プレイス」は都市の魅力を高める発想として重要であると同時に、カップル減少の結果でもある少子化に歯止めをかけ、医療費を抑制することにも寄与することが解る。西欧都市に目を転じると、地域総合スポーツクラブやカフェ等のサード・プレイスが街中に多く存在し、それが都市の魅力を高めている。行政もそれを十分に理解して、サード・プレイスの設置・運営について税制や都市計画許認可等で積極的な支援を打ち出している。一方、日本では地方都市のシャッター商店街は節税商品としての色合いが濃く、大都市の巨大ビルは REIT の投資商品としての色合いが濃い。それでも尚、街中には第一の居場所である住宅と第二の居場所である事務所ばかりが造られる。こうした都市政策の結果、病院を本来の意図とは異なる「憩いと交流の場」と位置づけて利用する高齢者が増える等の弊害が生まれる。増加する高齢者には朝のラジオ体操や散歩、病院での会話とは違う新たな「サード・プレイス」を創出した。そう願う筆者が本書のメッセージを敢えて一言に集約するならば、「街中不動産を金融商品として利益追求に利用するだけでなく、サード・プレイスとして活用しよう」である。

本論構成は二編に分けた。第一編はサード・プレイスの説明、サード・プレイスが街中から喪失することの問題点を掘り下げた。第二編はサード・プレイスを街中に創る筆者のアイデアを提示、その事例考察を通して、都市政策の専門家ではない地域構成員が取り組める「施設建設やイベント開催に依存しない持続可能な都市づくり」を提案する。

2007年5月

都市研究センター研究員 久繁 哲之介

# 目 次

まえがき	1
第一編 サード・プレイスから都市再生を考える	4
1章 サード・プレイス	4
2章 サード・プレイスとしてのスポーツクラブ	19
3章 消費の郊外化、在宅化	29
4章 地域コミュニティの喪失	60
5章 カップル減少社会	74
第二編 サード・プレイスを街中に創るアイデアと事例	94
6章 「ハコ物づくり」から「物語る都市づくり」へ	94
7章 ブランド消費大国日本における都市ブランド化	113
8章 プロサッカーを活用する地方都市再生	127
9章 中心市街地でストリート・パフォーマンス	143
10章 都市計画における地域経済循環と広域性	155
11章 効率優先「ファスト風土」から地域資源を活かす「スロー風土」へ	175
索引 都市名索引、都市づくり事例索引	200