

エリアリノベーションと都市政策の現代的課題

—長野市善光寺門前エリアの事例—

信州大学経法学部

教授 武者忠彦

株式会社マイルーム

代表取締役 倉石智典

1. エリアリノベーションと都市再生の論理

都市における経済活動や社会生活の再生は、戦後日本の都市計画やまちづくりにおいて、常に重要な課題として掲げられてきた。とりわけ地方都市では、戦前期に都市計画家の石川栄耀が『盛り場風土記』で描いたような活気ある地方都市の中心市街地の姿を取り戻すべく、さまざまな政策や計画が展開されてきた。2000年代以降だけを見ても、中心市街地活性化、地域再生、定住自立圏、コンパクトシティ、低炭素化、地方創生など、都市再生に関する多くの政策テーマが登場しているが、有効な手立ては見出せていないのが現状である。こうした行政主導による都市再生の取り組みが停滞している一方で、一筋の光明として近年注目されるようになった動きが、「エリアリノベーション」とよばれる都市再生の手法である。これは近年の空き店舗や空き事務所の増加を背景に、それらの空き不動産が持つ本来の立地や建築のポテンシャルが見直され、リノベーションによる空き不動産の利活用の動きが自律的に集積することで、エリアの価値が向上するという手法である。従来のまちづくりが行政主導の計画的なものであったのに対し、それとは対極にある

創発的なまちづくりが全国の地方都市で同時多発的に生じているという事実は、都市再生をめぐる政策や研究に全く異なるアプローチが必要であることを示唆している。実際、個別建築物のリノベーションという点の動きがなぜ連鎖的に展開し、場所全体の価値が高まる面的な都市の再生につながるのか、その機序については当事者の間でも十分に理解されていない。

本研究では、こうした空き不動産のリノベーションによる都市再生のメカニズムについて、表1に整理した2つの仮説をもとに議論を進める。

このうち、「地方の創造都市化」仮説とは、空洞化した中心市街地には、リノベーションにより低コストで利活用可能な空き不動産が集積しているため、そこでのアメニティを高めることで創造的な仕事や教育の経歴がある人材（後述するクリエイティブ・キャリア）が移住し、スモールビジネスが連鎖的に立地するというものである。このような創造的人材が都市の再生要因となるという議論は、近年の創造都市論（フロリダ 2014）や1960年代に端を発するジェントリフィケーション研究が下敷きとなっているが、そうした既存の概念では捉えきれないメカニズムでもある。

表1 リノベーションによる都市再生仮説

仮説	地方の創造都市化	都市の文脈化
場所	空洞化した中心市街地（ライフスタイルが共有可能な領域）	
リノベーションの特性	低コスト	セルフビルド
現象	スモールビジネスの連鎖的立地 クリエイティブ・キャリアの移住	街並みの再編成 コミュニティの再構築

もうひとつの「都市の文脈化」仮説とは、空洞化した中心市街地には、リノベーションによりセルフビルド（自らが施工に関与すること）が可能な空き不動産が集積しているため、その場所におけるライフスタイルが共有されることで、各個人がセルフビルドの過程で街や建物の歴史を読み解き街並みが再編成（空間的文脈が継承）されたり、地域社会との接点を持ちコミュニティが再構築（社会的文脈が継承）されたりすることである。背景には、「俗都市化」（ムニョス 2013）などの議論で強調される都市の〈らしさ〉が、まちづくりの中心的要素になってきているという事実がある。

以上のような仮説にもとづいて、長野市善光寺門前エリア¹⁾（以下、門前エリア）を事例に、エリアリノベーションを梃子とした中心市街地再生の論理を明らかにしていきたい。本研究で事例とする門前エリアは、長野市の中心市街地の一部であり、JR長野駅から2kmほど北に位置する善光寺の門前周辺、約1km四方に広がるエリアであるが、今日では明確な境界を持たない概念的な領域である。古くから門前町として繁栄し、近世には宿場町や市場町の機能を加え、明治期以降には問屋街としても発展した。1990年代以降は他の地方都市と同様に

空洞化が顕著になったが、図1に示したように、2010年頃からの10年ほどでリノベーション建築が100件ほど集積するという特筆すべき現象が生じている²⁾。なぜ空洞化した市街地で、なぜ門前エリアで、リノベーションが集積するのか。それは持続可能なまちづくりなのか。これらの問いが本研究の基本的な問題意識である。

2. 中心市街地空洞化とエリアリノベーション

(1) 門前町の都市構造——歴史と地代

長野市の門前エリアでリノベーションが集積した背景には、門前町固有の都市構造がある。1000年以上の歴史をもつ善光寺周辺では、近世までに門前と北国街道を中心に木造建築が密集する「門前町」が形成された。近代になって産業化や都市化が進むと、広い土地が必要な役所や学校、裁判所、電信局などの公共施設のほか、銀行、商店、工場が門前町の外側に立地するようになった。さらに、1888（明治21）年に国鉄・長野駅が開業し、戦前までには中高層の建築が集積する「駅前」が形成された。このように、長野の中心市街地は、その歴史的形成過程によって「門前町」と「駅前」、その間にある「遷移帯」の3帯に区分され（図

2), こうした都市構造は, 現代の建物の密度や構造, 用途にも影響を及ぼしている。図3によれば, 門前町では建物の平均床面積が156㎡で, 木造建築が約7割を占めて

いるのに対して, 駅前の建物は平均床面積が622㎡と広く, 半数がRCや鉄骨の構造である。遷移帯はその中間的な特徴を示している。



図1 リノベーション建築の分布

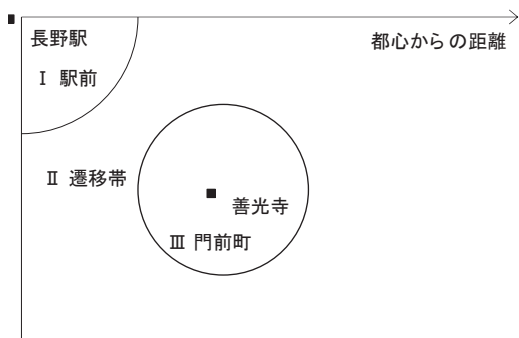


図2 門前町長野の都市形成過程

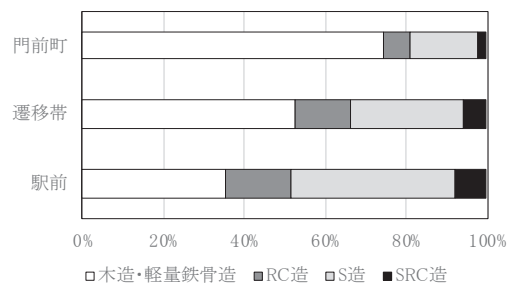


図3 3地帯の構造別建築床面積の割合

資料: 長野市家屋台帳

このような3帯構造は、地理学の古典的な理論である「付け値地代理論 Bit Rent Theory」から説明される。これは図4に示すように、都心からの距離に応じて最も地代を支払える土地利用が特化した結果、同心円構造の都市が形成されるというものである。実際、門前町では半数程度が住宅用途であり、駅前では事務所や店舗が多くなっている(図5)。以上のように、門前町長野の基本的な都市構造は、歴史によって規定された構造・密度、地代によって規定された用途にもとづいて、表2のようにまとめられる。

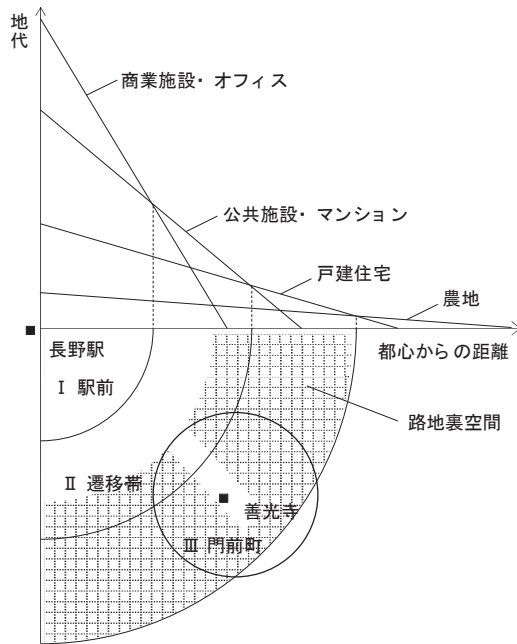


図4 門前町の都市構造モデル

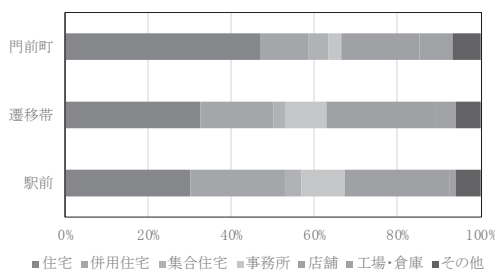


図5 3地帯の用途別建築床面積の割合

資料：長野市家屋台帳

表2 門前町長野の3帯構造

地帯	構造・密度	主な用途
I 駅前	近代以降に整備された区画に大きなRC造・鉄骨造建築	商業施設・オフィス
II 遷移帯	(IとIIの中間的性質)	公共施設・マンション
III 門前町	古くから都市化した範囲に木造建築が密集	戸建住宅・併用住宅

(2) 中心市街地空洞化の3つの側面

次に、長野市をはじめとする地方都市において、この30年ほどで急速に進行した中心市街地の空洞化が、そもそもどのような現象であったのか確認しておく。ここでは中心市街地活性化法にもとづいて基本計画を策定した137都市のうち、3大都市圏を除く109の地方都市の基本計画で設定された「中心市街地」³⁾を対象に集計したデータなどをもとに、空洞化の側面として以下の3点を指摘しておきたい。

第1に、「人口と産業の郊外化」である。一般的に空洞化といえば、人口や産業が中心市街地で減少し、相対的に郊外で増加することを意味するが、2000～2015年における全国のDID(人口集中地区)の人口増減率が4.9%の増加であったのに対して、地方都市の中心市街地では5.7%の減少、長野市の中心市街地では7.0%の減少となっている。産業について、2004～2014年の小売業商品販売額の増減率を指標としてみると、地方都市の中心市街地⁴⁾では35.8%の減少、長野市では37.1%の減少となった。表3から長野市中心市街地の地帯別の人口と小売事業所の状況をみると、遷移帯の人口を除いて、いずれも大幅に減少している。

第2に、「人口と建物の高齢化」である。人口と産業の減少が空洞化の量的な変化で

あるとすれば、人口と建物の高齢化（老朽化）は質的な変化である。2015年時点で、長野市中心市街地区域では高齢化率が29.4%まで上昇しているが、これは全国のDIDよりも5%以上高い。また、図6に示

した2015年時点の家屋台帳データによれば、築50年を超える建物が全体の約16%を占め、このほかに築年数が不明な建築物が1,000棟以上もあるように、建物の老朽化も進行している。

表3 地帯別の人口および小売事業所の増減率

地帯	人口 (1995-2015年)	事業所数 (1994-2014年)	年間商品販売額 (1994-2014年)
I 駅前	79.1%	59.3%	67.6%
II 遷移帯	101.5%	38.4%	25.1%
III 門前町	75.1%	50.0%	38.7%

資料：国勢調査，商業統計

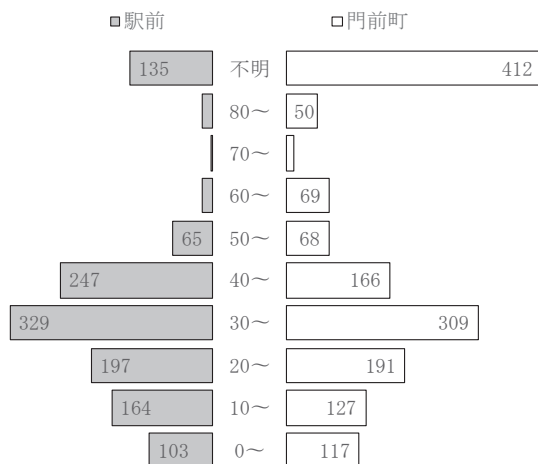


図6 門前町および駅前の築年数別建築物数 (2015年)

資料：長野市家屋台帳

第3に、「近代化と周辺化」である。近代的な都市開発によって、地方都市でも高層化や車社会にともなうブロックの大規模化が進んでいる。地方都市の中心市街地区域の開発状況をみると、2000～2015年の間に高層住宅（6階以上）に住む世帯の比率が19.3%から34.9%まで高まり、区画整理などによって街区の数も平均して1haあたり0.9街区と大規模化している⁵⁾。このような都市開発は、近代化それ自体が都市の個性

を喪失させるという意味で空洞化と見なすこともできる一方で、開発地区以外のエリアを周辺化し、中心市街地内に空間的格差をもたらしている。

(3) 空洞化とリノベーションの関係

以上のような3つの空洞化の側面は、長野市では門前町、遷移帯、駅前の各地区のうち、特に門前町で顕著にみられる。空き不動産のリノベーションも空洞化が著しい

門前町を中心に分布しているが、このように空洞化した地区にリノベーションが集積することは必ずしも自明ではない。そこで、リノベーションの集積において空洞化した中心市街地という地理的条件がいかなる意味を持つのか整理しておきたい。

「人口と産業の郊外化」が進む門前町のような中心市街地は、交通手段が徒歩に限定されていた時代から都市化され、徒歩圏内に小規模な住宅や店舗併用住宅が密集している地区である。一方で、現代では駅から遠く、高度利用をとまなう再開発需要もそれほど高くない。そのため、人口や事業所の減少によって所有者やテナントが不在となった小規模の建物が、数多く空き不動産として残される。また、流通システムの構造転換によって卸売業が広大な用地を求めて郊外に移転したことで、事務所や倉庫などの空きも多い。門前町ではかつて都心であったことを背景に、徒歩圏という範囲内に比較的小規模な空き不動産が集積しているが、そうした条件が後述するスモールビジネスの集積やエリアとしての文化の共有を可能にしている。

中心市街地における「人口と建物の高齢化」は、相続や設備の老朽化などを契機として、空き不動産が今後も継続的に供給される可能性を示唆する。長野市の中心市街地では、築年数が50年を超える建物が500棟以上存在するが、特に門前町には1891年の大火以降は大規模な火災が発生していないため、大火直後に建て替えられた築100年前後の建物が空き不動産となっている事例も少なくない。こうした築年数の古い建物は、歴史や意匠など建物としての文脈を多く含み、リノベーションにおける創造性

の源泉にもなっている。

「近代化と周辺化」が進む中心市街地では、近代化から疎外されたエリアにおいて低地価の「路地裏空間」が残され、中心市街地にも関わらず低家賃で空き家に入居できる環境が維持されている。実際に、長野市中心市街地では高層住宅世帯比率（2015年）の水準が23.6%とやや低く、町屋建築特有の細長い敷地や小さな路地の数が多い。より具体的に路線価の分布をみると、長野駅周辺や幹線は路線価が高い一方で、幹線道路から横に入った門前町や遷移帯の路地裏では、路線価が低くなっている（図7）。図1に示したリノベーションの分布をみても、地価の高い駅前や幹線通り沿いよりも、門前町や遷移帯の路地裏に集積している。このように、長野市の中心市街地ではビジネス上の立地優位性がある中心市街地にありながら、安価で入居できる路地裏を中心に空き不動産のリノベーションが展開していることがわかる。

以上をまとめれば、門前町長野では近代以降に鉄道駅や郊外に中心が移動したことで、人口と産業の郊外化、人口と建物の高齢化、近代化と周辺化といった空洞化が進行した。その一方で、こうした空洞化の諸側面は、徒歩圏内に歴史的な文脈をもつ空き不動産が空間的に集積することを可能にし、リノベーションに適した環境を生み出したといえる。もっとも、空洞化した中心市街地で必ずエリアリノベーションが生じるわけではなく、空洞化は冒頭に示した2つの仮説が成立するための必要条件にすぎない。エリアリノベーションのメカニズムを解明するには、リノベーションの担い手とその行動原理に焦点を当てる必要がある。



図7 長野市中心市街地の路線価分布 (2015年)

資料：路線価図

3. ライフスタイルの共有

(1) 地方都市の変調と「ジェントリファイヤー」

このような空洞化した中心市街地で「地方の創造都市化」と「都市の文脈化」のプロセスが動き出す場合、最初にその場所のポテンシャルを見出す「ジェントリファイヤー」が存在する。門前エリアでいえば、

2000年代からエリア内に拠点を立てて周辺の文化的アメニティを雑誌などで発信してきたローカルメディアの関係者であり、より直接的には、2009年にかつて問屋だった空き不動産をリノベーションしてシェアオフィスなどの運営をはじめた7名のクリエイターたちである。もちろん、これらのジェントリファイヤーはたまたま門前エリアに居合わせたわけではない。彼ら彼女ら

は 1990 年代からの長野という地方都市の変調に気づき、何らかのアクションを起こそうとした人々である。

その変調とは、第 1 に、1992 年の冬季オリンピック開催決定を契機とした過剰な都市基盤整備である。これによって長野市の中心市街地にも公共、民間問わず、多くの投資が向けられることになった。第 2 に、1990 年からの流通規制緩和を背景とした中心市街地からの大型店の撤退である。長野市では、2000 年 7 月に長野そごう、同年 12 月にダイエー長野店が相次いで閉店し、中心市街地の商業環境が一変した。第 3 に、1999 年の中心市街地活性化基本計画（第 1 期）の策定を背景としたハード中心の活性化事業の展開である。長野市はタウンマネージャー主導型のまちづくり会社による活性化の成功事例とされるが（築山・矢部 2016）、これによるダイエー跡施設の再生や商業施設開発のほか、市街地再開発事業やまちなか居住推進のための各種事業が展開された。

ジェントリファイヤーらの行動は、意識的にせよ無意識的にせよ、こうした都市開発の大きなダイナミズムをもたらす都市空間の近代化や標準化に対する異議申し立てとして理解することができる。行動に通底していたテーマは、門前エリアの生活に固有の価値をもたらしてきた文化的アメニティの可視化と、それにもとづく「門前暮らし」というライフスタイルの共有である。

(2) 「門前暮らし」のライフスタイル

門前エリアでは 1990 年代よりジェントリファイヤーとなった人材が出版社や編集室を立ち上げ、さまざまなローカルメディ

アを創刊してきた。例えば、長野県内の地域情報を扱った月刊誌の『NaO』や『KURA』、長野県内の都市を特集するフリーペーパーの『日和』、「門前暮らし」という概念を広めた単行本『長野 門前暮らしのすすめ』、門前エリアの日常風景を切り取った不定期刊行の『街並み』、門前よりもさらに狭い西之門町の地域情報に特化した手書きメディアの『西之門しんぶん』などである。これらのメディアが掲載してきた門前エリアの文化的アメニティに関するテキストや写真の分析からは、例えば、山の麓に向かって勾配が大きくなる地形との関係が意識された「善光寺平の空間」、宿坊が建ち並ぶ小路で構成された「門前町の空間」、倉庫や店など商家特有の空間配置を持つ「問屋街の空間」という 3 つの歴史的なレイヤーの重なりとして、「門前暮らし」の空間的な文脈が見えてくる。同じように、「門前暮らし」の社会的な文脈は、地域固有の食や祭事などの生産・消費を通じた伝統的なつながり、芸術や文化活動などの生産・消費を通じた新しいつながりなどから読み解くことができる。

門前というきわめて抽象的な範疇で、このように「門前暮らし」が固有の文脈をもつ背景には、ローカルメディアの特性が作用していると考えられる。ひとつには、昔からある門前の風景や住み続けている人の生活ぶり、地元住民も見落としてしまうような出来事について、一次情報をもとに発信する「小さなドラマの発見」である。もうひとつは、特定の範囲に限定して、特定の対象に情報を発信する「内輪ばなしの設定」である。これらの特性によって、「門前暮らし」は善光寺門前という限られた範疇

で色濃く共有されている。

こうした文化的アメニティの可視化とライフスタイルの共有を象徴する行動が、先述の旧問屋のリノベーションである(図8)。この建物は1910年に建てられた紙問屋で、1971年から農業用ビニールシートの工場・倉庫となっていたが、その後は空き不動産として門前エリアの路地裏空間に埋もれていた。それを建築士、編集者、デザイナーで構成されるメンバーが「発見」し、有限責任事業組合(LLP)を設立してリノベーションを重ね、シェアオフィス、カフェ、古本屋などが入居する空間に転換したのである。「KANEMATSU」という建物の名称にかつての会社の屋号が残されているように、これは門前エリアの歴史を意識しながら、新しい利用価値を創造していくプロジェクトであり、この「KANEMATSU」プロジェクトが門前エリアにおいて空き不動産のリノベーションが展開する契機となった。



図8 KANEMATSU(長野市東町)

筆者撮影

4. 地方の創造都市化

(1) スモールビジネスの連鎖的立地

中心市街地の空洞化によって空き不動産が供給される一方で、ライフスタイルの発信によって空き不動産の需要が高まったと

しても、両者をマッチングさせる仕組みがなければ、これほどリノベーションが集積することは考えにくい。門前エリアでは、建築・不動産・メディアなどの職能が連携して、門前で生活や仕事をしたい希望者と空き不動産を結びつける仕組みが構築されたことで、リノベーションが大きく展開していった。その中心的な役割を果たしている株式会社MYROOMは、空き不動産の調査・仕入れから見学会、大家と入居者とのマッチング、リノベーション、物件管理、メディア化までのプロセスを一貫して取り扱っている。

MYROOMでは、まず裏通りを中心に空き家を探索する。店舗などの活用イメージが湧く空き家を見つけては登記簿謄本などで情報収集し、所有者を個別訪問して元の用途などを尋ねて見学できるように交渉する。次に、入居者を募集するために物件をインターネットで紹介する。問い合わせが殺到するが、一般的な仲介業務と異なり、人物像や事業の方向性などを見極める必要があるため、「空き家見学会」を通じて「門前暮らし」に惹き付けられた人々に公開される。見学会には2019年時点で延べ1,300名を超える人々が参加しているが、このうち門前エリアで具体的な事業イメージを持っている参加者は、大家とのマッチングが行われる。マッチングにおいては、家賃などの条件は二次的であり、入居者の人柄や事業イメージの共有が重要な要素となる。

実際のリノベーションもまた、入居者、設計者、大家、施工業者の間で建物周辺の地域的文脈を読み解きながら、イメージを共有していく作業となる。入居者が決まれば、空き家をインスペクションして重要事

項を説明し、ラフな設計図と概算見積、事業企画を共有していく。一方で、空き家の所有者にも説明を繰り返し、相互に信頼関係が構築された段階で特約や管理規約の詳細を含んだ契約を締結する。さらに、リノベーションの場合は新築と異なり、引渡し後も不具合が多く発生することから、継続的な物件の管理が必要となる。

通常、こうした手順で業務を進めるにはコストがかかり、関係者の合意形成も難しい。そこで、「マッチングガイド」として営業から企画、設計、施工、不動産管理までを一本化してコストを削減するとともに、売上を一体化している。また、物件や所有者、工事、テナントなどの情報を一元管理し、建物の不具合や近隣トラブルなどにも対応している。これらの業務は分業せず、1つのプロジェクトを1人の担当者が最後まで併走することで、責任がとりやすく、無駄な情報共有も発生しない。MYROOMでは、こうしたプロジェクトを徒歩圏内で複数平行して手掛けているが、完成した建物は、それ自体が「門前暮らし」の一部を形成する新しい「メディア」となり、これによってリノベーションが連鎖的に展開することになる。

こうした取り組みが従来のまちづくりと決定的に異なるのは、事前に合意された開発計画や制度化された組織がないという点である。MYROOMを中心としたチームは法人格のない任意団体であり、それぞれの職能が状況に応じて入居者のリノベーションを試行錯誤的にサポートしている。そのため、門前というエリアの空間や機能の特徴は、個々の「建築的実験」の集合体として事後的に立ち現れることになる。

表4 門前エリアにおけるリノベーションの基本属性

		件数	割合
築年数	100年以上	23	37%
	100年未満	36	58%
	不明	3	5%
延床面積	100㎡以上	20	32%
	100㎡未満	41	66%
	不明	1	2%
構造	木造	47	76%
	R C造	7	11%
	鉄骨造	8	13%
所有形態	賃貸	55	89%
	自己所有	7	11%
取引態様	仲介取引	36	58%
	直接取引	26	42%
セルフビルド率	50%以上	22	35%
	50%未満	26	42%
	0%	14	23%
改修費	1000万円～	10	16%
	100～1000万円	29	47%
	～100万円	21	34%
	不明	2	3%
原用途	工場倉庫	21	34%
	住宅	7	11%
	店舗	34	55%

こうして門前エリアでは、約1km四方の範囲に100件ほどの空き不動産のリノベーションが集積するようになった。このうち、2000年以降に新しい入居者が空き不動産のリノベーションを実施したと確認可能な建物61件⁶⁾(対象者64名)に対して、対面式アンケート調査を実施した。表4から全体的な傾向をみると、用途変更の際に建築確認申請が不要な100㎡未満の小規模の建物が66%を占め、築年数が100年を超える建築物も37%にのぼる。所有形態はほとんどが賃貸であるが、多くが借主負担で自由に改修できる契約を結んでいる。そのため、入居者自身による改修の比率(セルフビルド率)が50%を超える建築も多く、こ

れを反映して全体の34%が改修費を100万円以下に抑えている。こうした「自由で小さなリノベーション」が事業の孵化装置となり、門前エリアでは物販業や飲食業を中心にスモールビジネスが連鎖的に立地している。

(2)「クリエイティブ・キャリア」の移住
 門前エリアでは、このようなリノベーションによって孵化したスモールビジネスが新しい街並みを形成しつつあるが、その担い手について、次に考えてみたい。フロリダの創造都市論では、創造的中核職および専門職とされる「クリエイティブ・クラス」の立地選好が都市の成長を左右するとされているが、そこで示されているのはあくまで両者の統計的な相関であり、彼らがいかにしてその都市に移り住み、都市の成長に貢献しているのかについては議論されていない。ここでは、地方都市に創造的な人材

が集まるプロセスを明らかにするため、リノベーションを実施した建物への入居者（以下、リノベーション入居者）がどのような経歴をたどって門前エリアで起業したのか、そのライフコースに着目して分析した。

注目すべきはUターン38%、Iターン34%、Jターン19%と、9割以上がいわゆる移住者であるという点である。図9左側のグラフから移住時点での状況を見ると、移住するのは20代を中心に若い年代が多く、20代ではUターンとJターン、30代以降はIターンが多くなる。移住後はすぐに起業するわけではなく、平均して5年程度の「スタートアップ期間」を経て、リノベーションに至る。図9右側のグラフは現在の状況を表しているが、年代としては30代が最も多く、30~40代は子育て世帯が中心であり、いずれの世帯も単身世帯が一定数存在する。

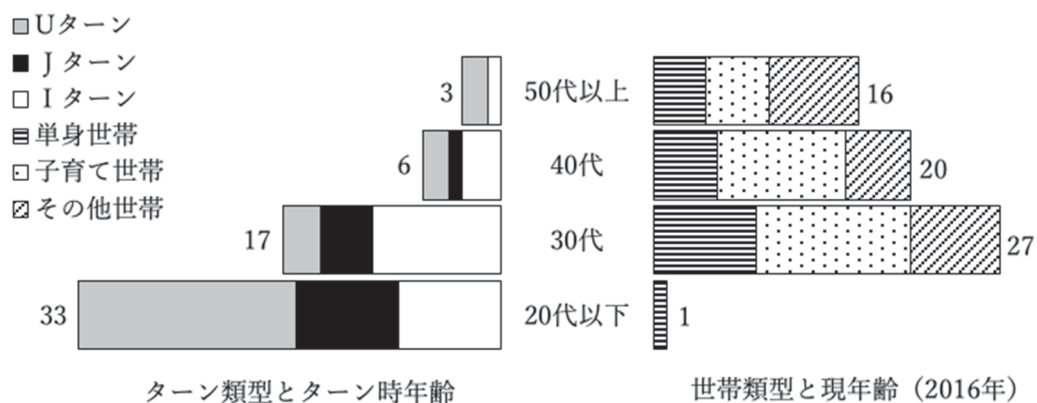


図9 リノベーション入居者の年齢・移住・世帯の状況

世帯類型と現年齢には、移住経験のないリノベーション入居者（5名）を含む。

では、こうした移住者はフロリダのいうクリエイティブ・クラスなのだろうか。移

住者の現在の職業を基準にすると、スモールビジネスが主体となっていることもあり、

入居者の多くがクリエイティブ・クラスの定義から外れ、入居者の創造的資質を評価することができない。そこで、過去を含めて創造的な仕事や教育の経歴を持つ人材を「クリエイティブ・キャリア⁷⁾」と定義して入居者を評価すると、入居者の24%が美術関係の分野で教育を受けた経験を持つなど、一般的な学歴や職歴の傾向とは大きく異なり、入居者の64%がクリエイティブ・キャリアに該当することが明らかになった。経歴の面でもう一つ興味深い結果は、クリ

エティブ・キャリアの多くが大都市圏で創造的な仕事や教育を経験していたという点である。表5にあるように、クリエイティブ・キャリアのうち、80%以上が大都市圏での居住歴があり、74%が大都市で創造的な仕事や教育の経歴を積んでいた。以上のことから、門前エリアでは主に大都市で経験を積んだクリエイティブ・キャリアが、地方都市である長野にU・I・Jターン後、しばらくして空き不動産のリノベーションによって起業するパターンが多いといえる。

表5 クリエイティブ・キャリアの居住歴とキャリア経験

クリエイティブ・キャリア	42	大都市圏居住歴あり	34	大都市圏でのキャリア経験あり	27	仕事・教育のキャリア	18
				大都市圏でのキャリア経験なし	7	教育のキャリアのみ	6
		大都市圏居住歴なし	8	長野市でのキャリア経験	8	仕事のキャリアのみ	3
				その他地域でのキャリア経験	0	長野市でのキャリア経験	7
非クリエイティブ・キャリア	24					その他地域でのキャリア経験	0

5. 都市の文脈化

(1) 街並みの再編成——リノベーションによる空間的文脈の継承

前章でみてきたように、門前エリアではリノベーションされた空き不動産が事業の孵化装置となり、クリエイティブ・キャリアが移住する「地方の創造都市化」が生じた。その一方で、リノベーションには入居者が「門前暮らし」の空間や社会を再解釈し、その文脈を継承するという行為も内在している。

既存の建物をデザインし直すことになるリノベーションは、意図的かどうかに関わらず、その建物を含む空間の文脈を継承する。そして、個々の入居者の継承という営みが相互に影響し合い、街並みが再編成さ

れていく。実際、リノベーションには建物の文脈（履歴）により自由度が規定されるという経路依存性があり、門前エリアでは原用途と築年数によって、おおよそ次のように類型化される（表6）。第1に「工場・倉庫ルーツのリノベーション」であり、広い床面積を生かして空間を分割し、オフィスなど利用されている。第2に「住宅ルーツのリノベーション」であり、路地裏立地の静かな環境を生かした小規模なカフェなどが多い。第3に表通りに立地する「店舗ルーツのリノベーション」であり、この類型はさらに築100年未満の店舗に改修費をかけて主たる収入を得ようとするパターンと、副収入目的で築100年以上の店舗をそれほど改修せずに利用するパターンとに分けられる。

表6 リノベーションの類型

類型	特徴
① 工場・倉庫ルーツ	路地裏立地，床面積大，共同利用
② 住宅ルーツ	路地裏立地，床面積小
③ 店舗ルーツ（築100年未満）	表通り立地，初期投資大，主たる収入
④ 店舗ルーツ（築100年以上）	表通り立地，初期投資小，副収入

外形的にはこのように類型化されるリノベーションであるが、新たな入居者によって継承される空間的文脈にはいくつかの種類がある。第1に「家族的文脈の継承」がある。これは家族がその建物で生活や生業を営んできた歴史そのものであり、建物の名称や家具、間取りなどによって継承される。第2に「地域的文脈の継承」がある。顧客や近隣住民のその建物にまつわる記憶、そこにいた家族や店主と地域との信頼関係などがこれに相当し、具体的には建物のファサードや地域で譲り受けた建築資材などによって継承される。第3に「機能や意匠の継承」がある。これは単なるデザインとして建物の価値を上げるため、構造やインテリアをそのまま、あるいは一部を修復して継承するものである。第4に「ネガティブな継承」がある。これは建物の古さゆえ、構造上残さざるを得ない、もしくは費用や制度上、改修不可能といった消極的な理由で残されたものである。

一見すると多様な門前エリアのリノベーションは、このように建物の履歴や継承される文脈の種類によって類型化して把握することができる。例えば、善光寺の表参道から少し外れた路地裏の通りには、工場・倉庫ルーツや住宅ルーツのリノベーションが点在し、建物の用途は変更されたものの、ファ

サードはそのままに営業が再開されることで、街路に活気が戻っている。それぞれの入居者は、看板や屋号を引き継いだり、地域に開いたイベントを開催したりすることで、その建物の空間的な文脈を継承している。このように、門前エリアでは空き不動産のリノベーションは増加したが、チェーンストアのような文脈を無視したデザインの侵入がないため、「門前暮らし」のいわば「第4のレイヤー」として、空間的な文脈をふまえた街並みの再編成が進んでいる。

(2) コミュニティの再構築—リノベーションによる社会的文脈の継承

リノベーションは対象となる物件を探索したり施工したりする過程で、必然的に地域社会との接点生まれる。その後も入居者が地域で生活や生業を営むなかで近隣とより深く関わりを持つ場合は、「門前暮らし」の社会的文脈を意識し、継承していくと考えられる。

そこで、リノベーションにともなう地域社会との接点を明らかにするため、調査対象のリノベーション入居者66名に対して、門前エリア内でリノベーションを検討しはじめてから知り合いになった人物を順に挙げてもらう方式で実態を把握した。その結果、コミュニティとつながる過程において、

先述のジェントリファイヤーが最初の接点となった場合は、知り合いが多くなる傾向にあり、ジェントリファイヤーらをハブにした大きなネットワークが形成されていることが明らかになった。一方で、最初の接点が既存の地域住民であった場合は、二人目以降も地域住民となる傾向があり、大きなネットワークには接続せず、地域住民のみとつながってリノベーションを進めた入居者も一定数存在した。

前者をいわゆる新住民どうしのつながりが強い「新しい」ネットワーク、後者を旧住民とのつながりが強い「古い」ネットワークとすれば、一般的には「新しい」ネットワークではコミュニティの脆弱性が示され、「古い」ネットワークは伝統的なコミュニティに近い性質を示すと想定される。この点を明らかにするために、表7に示したいくつかの種類の相互扶助について、「したことがある」「されたことがある」の両方に該当した場合に相互扶助の経験があると判定し、これらをネットワーク別に集計した。その結果、むしろ「新しい」ネットワークに属する入居者の方が、「イベント告知や宣伝の協力」(86%)や「おすそわけ」(73%)をはじめとして、相互扶助を経験している割合が高く、伝統的なコミュニティの性質を強く示した。

このような性質を示す背景には、リノベーション入居者がローカルメディアに表象される「門前暮らし」の社会的文脈を参照し、自ら子育てしやすい環境を整えたり、仕事上の協力関係を築いたりして、地域コミュニティを再構築しつつあることが考えられる。

表7 ネットワーク別相互扶助の経験割合

ネットワーク	新しい	古い
育児に関する相談	36	13
健康に関する相談	<u>50</u>	27
防犯のための声掛け	45	20
雪かきの手伝い	<u>59</u>	47
近所の状況やきまりの伝達	<u>59</u>	33
おすそわけ	<u>73</u>	40
イベントやお祭りの企画	45	40
近隣の問題に関する相談	45	47
仕事に関する相談	<u>73</u>	27
仕事や人の紹介	<u>73</u>	40
イベント告知や宣伝の協力	<u>86</u>	47
飲食の誘い	<u>68</u>	<u>53</u>

単位：%

50%以上に下線を付した。

6. リノベーションによる中心市街地再生は持続可能か

本研究では、長野市善光寺門前エリアを事例に、リノベーションによる地方都市の中心市街地再生メカニズムを明らかにしてきた。空洞化によって徒歩圏内に歴史的な文脈をもつ空き不動産が集積した門前エリアでは、ライフスタイルの共有を背景に、建築・不動産・メディアの連携による空き不動産のリノベーションとクリエイティブ・キャリアの移住が展開し、スモールビジネスが連鎖的に立地する「地方の創造都市化」プロセスと、門前エリアの空間や社会の文脈をリノベーションによって継承することで、街並みの再編成やコミュニティの再構築につながる「都市の文脈化」プロセスが並列的に動いている。

このようなメカニズムによって、門前エリアではこれまで100件もの空き不動産のリノベーションを実現してきたが、ひとつ

の課題として問われているのは、これが持続可能な都市再生のメカニズムなのかという点である。門前エリアでは、リノベーション入居者の事業の継続性が関心事となっているが、今回の調査ではリノベーション入居者のうち、生活に満足と答えた割合が79%、事業継続の意思があると答えた割合が81%と、いずれも高くなっているように、入居者らの定着志向は強い。そもそも、加藤（2017）がトラクテンバーグの「建築時間論」を引きながら、新築というある一時点に価値をおくのは20世紀特有の建築観であると指摘しているように、建築の建替え周期は、そこに住む主体の暮らしや生業の交代周期よりも一般的に長く、新しい暮らしや生業に合わせて建物のリノベーションをして継承してことが、歴史を俯瞰すれば合理的な選択という見方もできる。その意味では、人口減少が続く21世紀の地方都市において、門前エリアで確認されたような地方の創造都市化と都市の文脈化は、むしろ定常的なプロセスになると評価することもできるだろう。

20世紀の建築観や都市観の背景には、増加する人口に対応するために、全国標準の仕様で新しい建築やインフラを効率的に整備する近代化の理念が優先された「都市化社会」があった。これに対して、都市化の波が行き渡り、人口減少社会に転じた現代は、限られた人口リソースをめぐって都市固有の価値を形成することが求められる「都市型社会」の時代である。一定の利便性や快適性、安全性が達成された都市では、近代化という理念は後景に退いて、代わって都市としての持続可能性や地域性に重視されるようになる。それは、科学技術や国家、大資本

などの大きな力によって構成される近代都市という理想像が社会全体で共有できなくなる一方で、多様な価値観や利害関係をもつ市民がまちづくりのプロセスに関与することが社会的に要請される時代であるといえる。

20世紀の近代化のプロセスで想定されていたのは、「良い計画が良い都市を生む」という、いわば工学的な認識論である。それは、社会全体であらかじめ共有された都市像を具現化するための計画や事業、それを執行する行政組織などによって、快適で利便性の高い都市がもたらされるという単線的な因果関係であった。これに対して、昨今のエリアリノベーションをはじめとする新しいまちづくりのプロセスには前提となる望ましい都市像は存在しない。そこにあるのは、個々の主体による建物のリノベーションや維持管理、共同建て替え、まちづくり活動、建築協定の締結などのさまざまな実践によって漸進的に都市が変化し、徐々に目指すべき将来像が共有されていくという見方であり、人々の「良い日常から（意図せざる結果として）良い都市が生まれる」という人文学的な認識論である。こうしたプロセスにおいては、それぞれの主体が、既存の地域的文脈に合わせて試行錯誤し、相互に影響を及ぼし合い、ライフスタイルが共有されることなどによって、事後的にエリア全体の価値が形成されていく。ツリー構造の行政組織を中心に推進される工学的なまちづくりの手法と対比するならば、それは中心となる権力や階層構造がなく、横方向に網の目のようにつながっているリゾーム構造⁸⁾のネットワークによって形成されるメカニズムである。

もちろん、これは工学的な手法による都市計画やまちづくりが無意味であるという主張ではない。現実的には、日端(2008, p.12)が「近代の都市は、その全体と部分の関係が一体で処理できないスケールになってしまった」と論じているように、都市の動向をマクロな変数の関係として捉えて、中長期的な視点で都市基盤を整備する工学的アプローチと、都市をいわば複雑系と捉えて、短期的に試行錯誤を重ねて都市を改良する人文学的アプローチを組み合わせる問題に対処することになるだろうが、本研究の事例が示唆するように、人文学的アプローチの重要性は相対的に高まっているといえるだろう。

付記

本研究は令和2年度の民間都市開発推進機構および信州大学による「都市再生共同研究」(研究課題名:エリアリノベーションの実践に関する研究, 研究代表者:武者忠彦)の研究費を使用し、その成果の一部をまとめたものである。

注

- 1) 本研究で対象とする門前エリアとは、「長野市中心市街地活性化基本計画」で定めた中心市街地区域のうち、昭和通り以北の範囲である(ただし、南県町、新田町、問御所町、緑町は昭和通り以南も一部含む)。
- 2) 本研究で対象としたリノベーション建築は、門前エリアで2000年以降に新しい入居者が空き家再生または用途転換を

した建築物(賃貸物件化されていたものを除く)であり、該当物件は62件である。図1には調査対象物件のみ示している。

- 3) 国勢調査の小地域集計を利用し、中心市街地区域に一部でも含まれる「町丁・字等」を合算して再集計した。
- 4) 小地域集計のない商業統計は中心市街地区域に即した集計ができないため、立地環境特性格集計の商業集積区分を利用し、「駅周辺型商業集積地区」と「市街地型商業集積地区」を中心市街地として集計した。
- 5) 地理院地図をもとに、中心市街地内区域の「車幅が3m以上ある1車線以上の道路」で囲まれた街区数を集計した(2017年3月閲覧)。
- 6) 2016年10月時点。ただし、賃貸物件として流通していた空き家への入居者を除く。
- 7) 過去にクリエイティブ・クラスであった、または大学・専門学校で工学関係、芸術関係の教育を受けた、またはクリエイティブ・クラスのアシスタントやサポート役であった者を「クリエイティブ・キャリア」とした。
- 8) リゾームとは、ドゥルーズとガタリの評論集『千のプラトー』に登場する「地下茎」を意味する比喩的概念である(ドゥルーズ・ガタリ, 1994)。これは「全体を統合する中心も階層もなく、二項対立や対称性の規則もなく、ただかぎりなく連結し、逸脱し、横断する連鎖があるだけ」の構造であり、ツリー構造と対置される(宇野, 2001)。

文献

- 宇野邦一 (2001) : 『ドゥルーズ 流動の哲学』 講談社.
- 加藤耕一 (2017) : 『時がつくる建築—リノベーションの西洋建築史—』 東京大学出版会.
- 築山秀夫・矢部拓也 2016。地方都市におけるリノベーションまちづくりの展開 : 長野市善光寺門前を事例にして。長野県短期大学紀要 71:57-70.
- ドゥルーズ, G.・ガタリ, F. 著, 宇野邦一・小沢秋広・田中敏彦・豊崎光一・宮林寛・守中高明訳 (1994) : 『千のプラト—資本主義と分裂症—』 河出書房新社.
- 日端康雄 (2008) : 『都市計画の世界史』 講談社.
- フロリダ, R. 2014。『新クリエイティブ都市論——才能が経済と都市の主役となる』 ダイヤモンド社.
- ムニョス, F. 2013。『俗都市化——ありふれた景観 グローバルな場所』 昭和堂.