

誇れるまちのデザインとは

伊藤香織
東京理科大学

シビックプライド (civic pride)

都市に対する市民の誇り

ここをより良い場所にするために自分自身関わっているという意識を伴う、当事者意識にもとづく自負心だと言える



“ イギリスでは、19世紀に商工業によって勃興した多くの地方都市で、シビックプライドが都市の規範になったと言われている。都市の主演として台頭してきた市民階級（中産階級）は、その富と進歩的な考え方を背景に新たな都市づくりを支えていくことが自分たちの社会的ミッションであり美德だと考えていた。特に彼らのシビックプライドの象徴となったのが、**公共建築、文化施設、公園など、都市の新しい空間**であった。彼らは建設を呼びかけて世論を形成したり、自分たちで寄付をしたりして、次々と豪華な公共建築を実現させていった。ここでは建築がある種のメディアになっていたと捉えられる。シビックプライドは個人の都市に対する感情とも言えるが、建築のようにシンボルとして**具現化**され、誇れるものとして**共有**されることで、シビックプライドが都市の規範と言われるまでになったと考えられる。 ”

伊藤香織（2017），不動産とシビックプライド：

より良いまちを自らの誇りとする（談話室），月刊不動産流通 2017年7月号。



Manchester Town Hall, 1877



St. George's Hall, Liverpool, 1854



Bradford City Hall, 1873

100年前、多くの公共建築は英国の都市のプライドであった。学校、駅、郵便局、図書館などが、建築デザインの高水準の規格となり、民間セクターがそれを見習おうとした。シビックプライドをこよなく体現するものであったのだ。

(トニー・ブレア、『より良い公共建築』序文, 2000)



Leeds Town Hall, 1858



Hanley Park, 1894

©Staffordshire and Stoke on Trent Archive Service



St. George's Hall, Bradford, 1853

シビックプライドは、建築、オープンスペース、アーバンデザインなど都市環境（built environment）の質と結びつけられている。

“Good design adds social and environmental value by boosting **civic pride** and enhancing civic image.”

CABE and DETR (2001), The Value of Urban Design.

“The quality of public space gives a strong impression of an area. It is part of what gives a town or city its identity and it gives local residents a sense of **civic pride** - or shame if it is poor quality.”

CABE and the GLA (2009), Open Space Strategies: Best Practice Guidance.

建築物・構築物等への市民評価とシビックプライドとの関係を、今治市を対象に、調査（アンケート N=235）・分析してみました。

伊藤香織（2017）, 都市環境はいかにシビックプライドを高めるか：今治市を事例とした実証分析, 都市計画論文集, vol.52 no.3, pp.1268-1275.

Ito, K. (2017). Civic Pride and Place Attachment through the Medium of the Built Environment. American Association of Geographers 2017 Annual Meeting abstracts.

今治市の建築物・構造物等の評価の因子

因子1「中心市街地」



因子2「新規整備」



因子3「高評価有名地」



シビックプライド尺度の因子

愛着

地域が好きだ

地域の雰囲気や土地柄が気に入っている

地域は住みやすいと思う

地域にずっと住み続けたい

地域に自分の居場所はない*

この地域は、他のほとんどの地域より良い場所である

地域を批判している人がいたら、地域を擁護する

「今治の人」という言葉は、自分がどういう人物かをよく説明する言葉である

「(旧行政界)の人」という言葉は、自分がどういう人物かをよく説明する言葉である

アイデンティティ

人生の大部分が地域に結びついている

今治市民であることは自分にとって重要なことである

地域にいつまでも変わってほしくないものがある

地域になくなってしまうと悲しいものがある

持続願望

地域は大切だと思う

自分のような人間が地域社会で重要な役割を果たすと思う

地域社会の一員としての責任を真剣に考えている

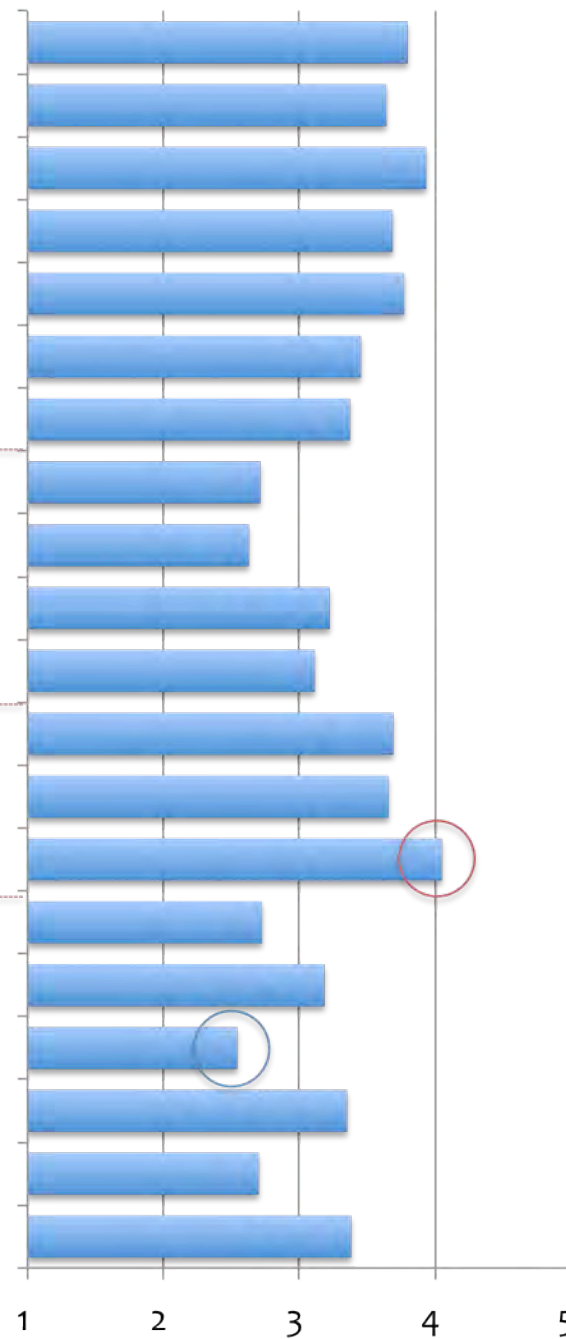
自分は地域社会に変化を起こすことができると思う

地域のスポーツチームを積極的に応援する(プロ、アマチュア、学校など)

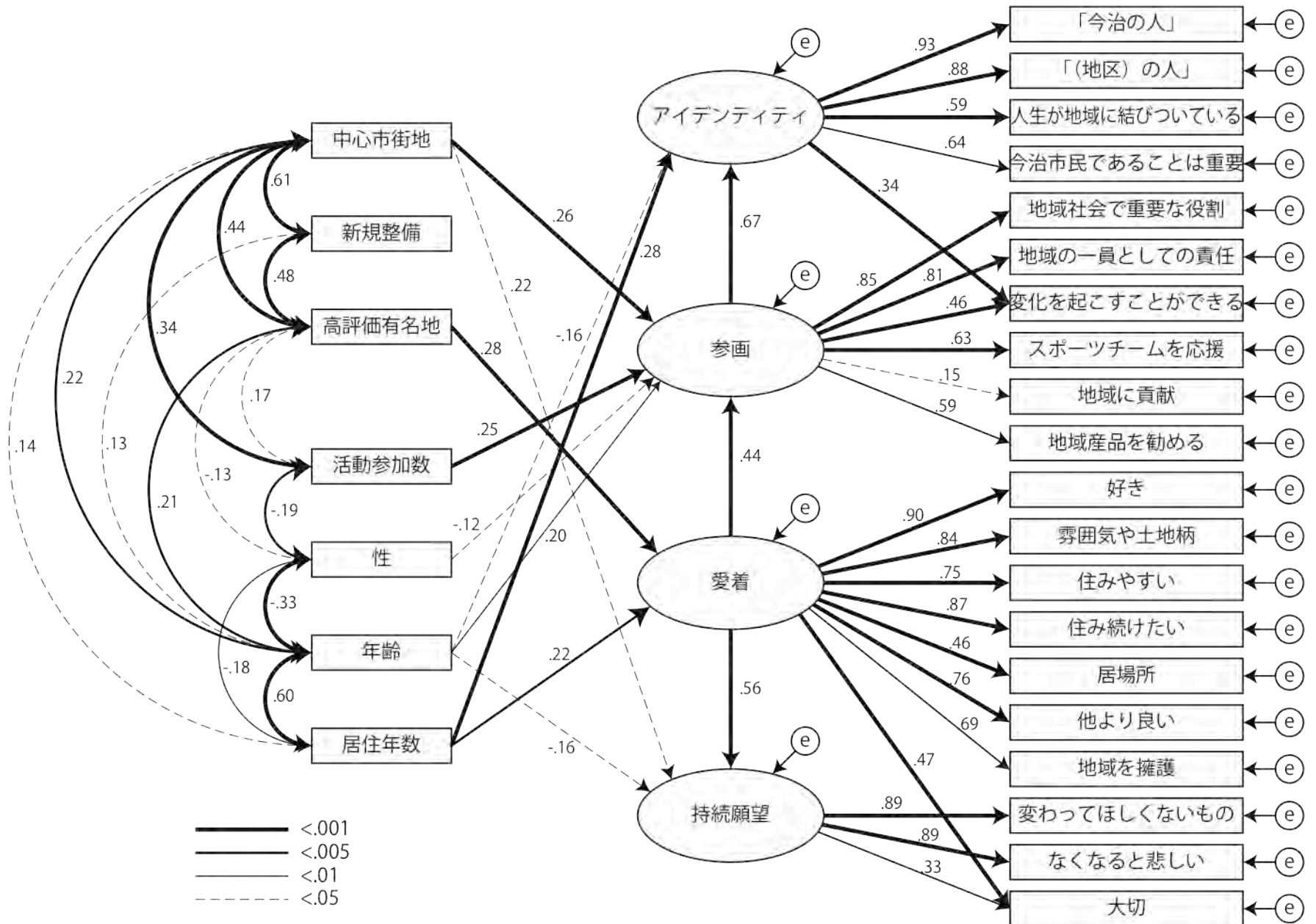
地域社会を良い場所にするための自分なりの貢献ができていない*

家族や友人に地域の産品や製品を使うよう勧める

参画



評価とシビックプライドの関係



建築物・構造物への評価とシビックプライドの関係

- 「愛着」→「持続願望」の影響関係, 「愛着」→「参画」→「アイデンティティ」の影響関係が示唆された。ただし, 他都市の調査では, 「愛着」→「アイデンティティ」→「参画」の影響関係の方が適合している。
- 「中心市街地」の価値評価が高いと「参画」「持続願望」意識が高くなる。「高評価有名地」の価値評価が高いと「愛着」意識が高くなる。
- 居住年数が長いほど「アイデンティティ」意識が高い。年齢が若いほど「アイデンティティ」意識が高い（弱い関係）。

より広いデザインへ

シビックプライドとコミュニケーションデザイン

シビックプライド自体をデザインして、市民に与えることはできない。シビックプライドは個人の中で醸成されるものだからである。デザインすべきは、シビックプライドの形ではなく、シビックプライドを醸成するためのコミュニケーションである。

『シビックプライド:都市のコミュニケーションをデザインする』



2008年11月刊行

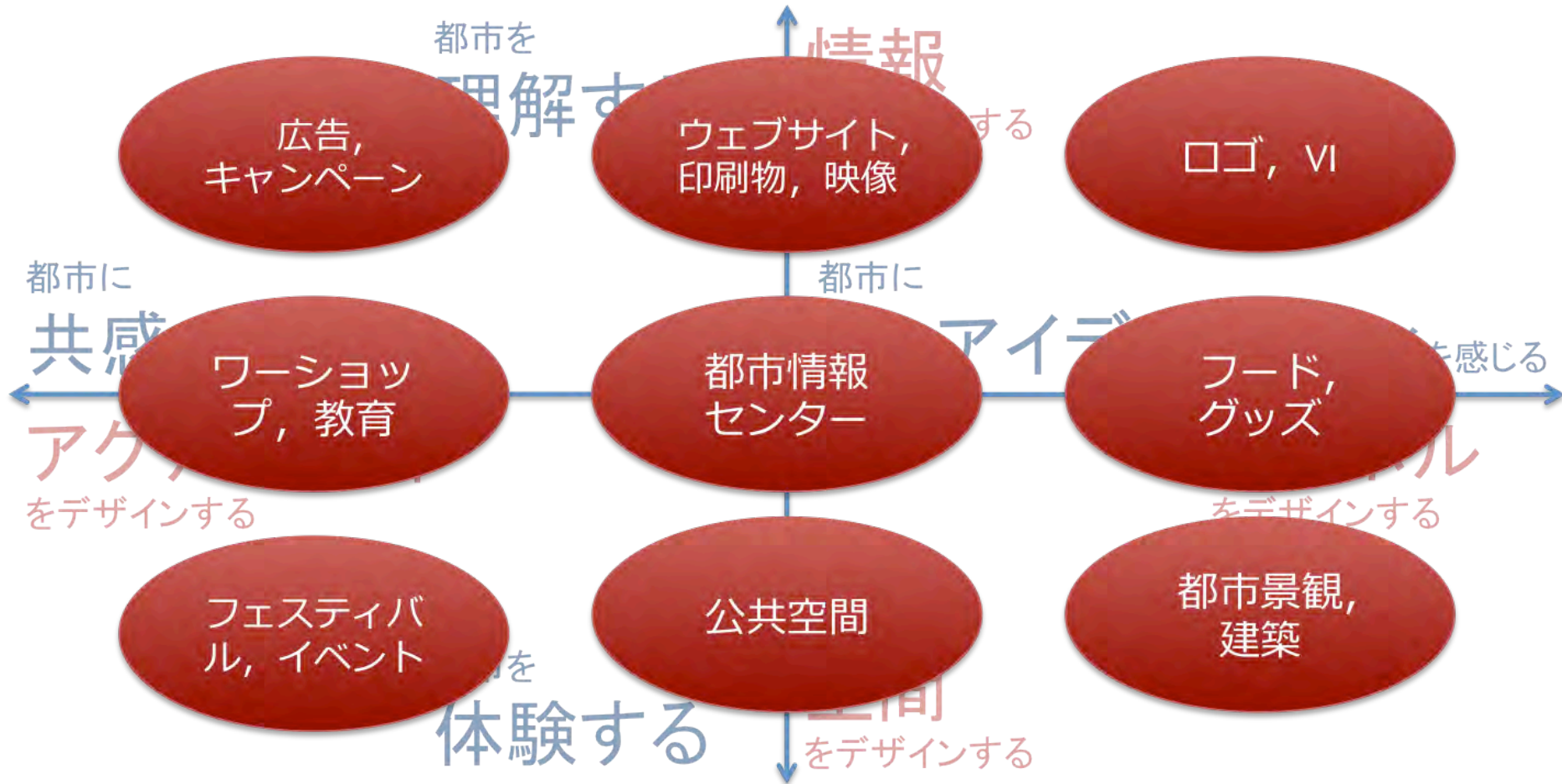
都市は、さまざまな異質なものを含め非常に多くの要素を許容し、包含しているから、かかわりの可能性に満ちている。シビックプライドの考え方の良いところは、都市の多義性に呼応して、また前述した広がりのように、裾野が広く誰もが持ちうることだ。狭義の「まちづくり」が「意識の高い市民」のものと捉えられているのと対照的だと言えよう。

『シビックプライド2 [国内編]:都市と市民のかかわりをデザインする』



2015年9月刊行

コミュニケーション・ポイント





London, UK

8,600,000

オープンハウス・ロンドン(英国)

毎年9月のある週末に開催されるオープンハウスロンドン・ウィークエンドでは、市内の新旧様々な700以上の建築物(オフィスビル, 個人住宅, 工事現場など)が無料で一般公開される。子供用のプログラムを含む様々なイベントも行われる。このイベントによって建築, 都市公共空間, 都市デザインへの理解を促し, 豊かな建築資源を都市の自信とアイデンティティに繋げる。「建築は, 街の文化, アイデンティティ, パーソナリティの象徴である」(director of Open City)

オープンハウスのコンセプトは 以下のプロセスで理解される

- 体験 experience



- 対話 dialogue



- エンパワースメント empowerment



- アドボカシー advocacy

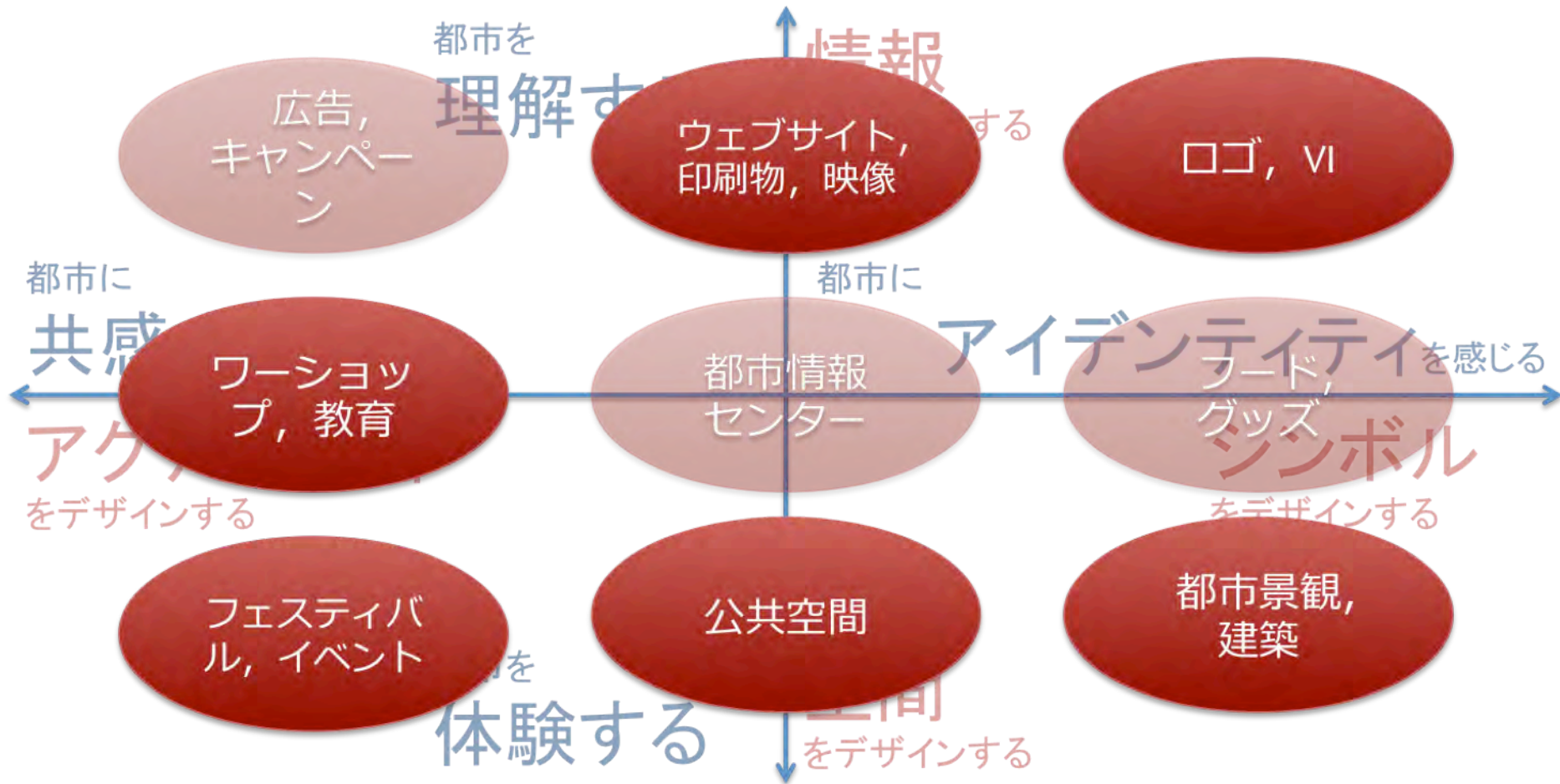
Open House London 2016



Open House London 2016



オープンハウス・ロンドンの コミュニケーション・ポイント



ハーフェンシティ・ハンブルク・ インフォセンター・ケッセルハウス

開発に先立ち、ユネスコ保護指定の発電所
をインフォセンターとして開設。
年間20万人が訪れる。8×4メートルの1/500
模型、パソコン・紙媒体・オーディオビジュア
ル・ブックレットなどを用いた多様な展示。
ディスカッション等も定期的に行われる。カ
フェが併設され、来訪者の憩いの場となっ
ている。

Hamburg, Germany

1,800,000



展望台, ツアー

工事現場を眺めるための展望台は, 来訪者に人気がある. 開発工事の進展に応じて, 順に移設されることが計画されている.

開発現場ガイドツアー, 自転車によるツアー, オープンスペースでのイベントなども開催される.



開発の順序

最初に広場や公園を整備. 開発
予定地もイベントなどに使われる.

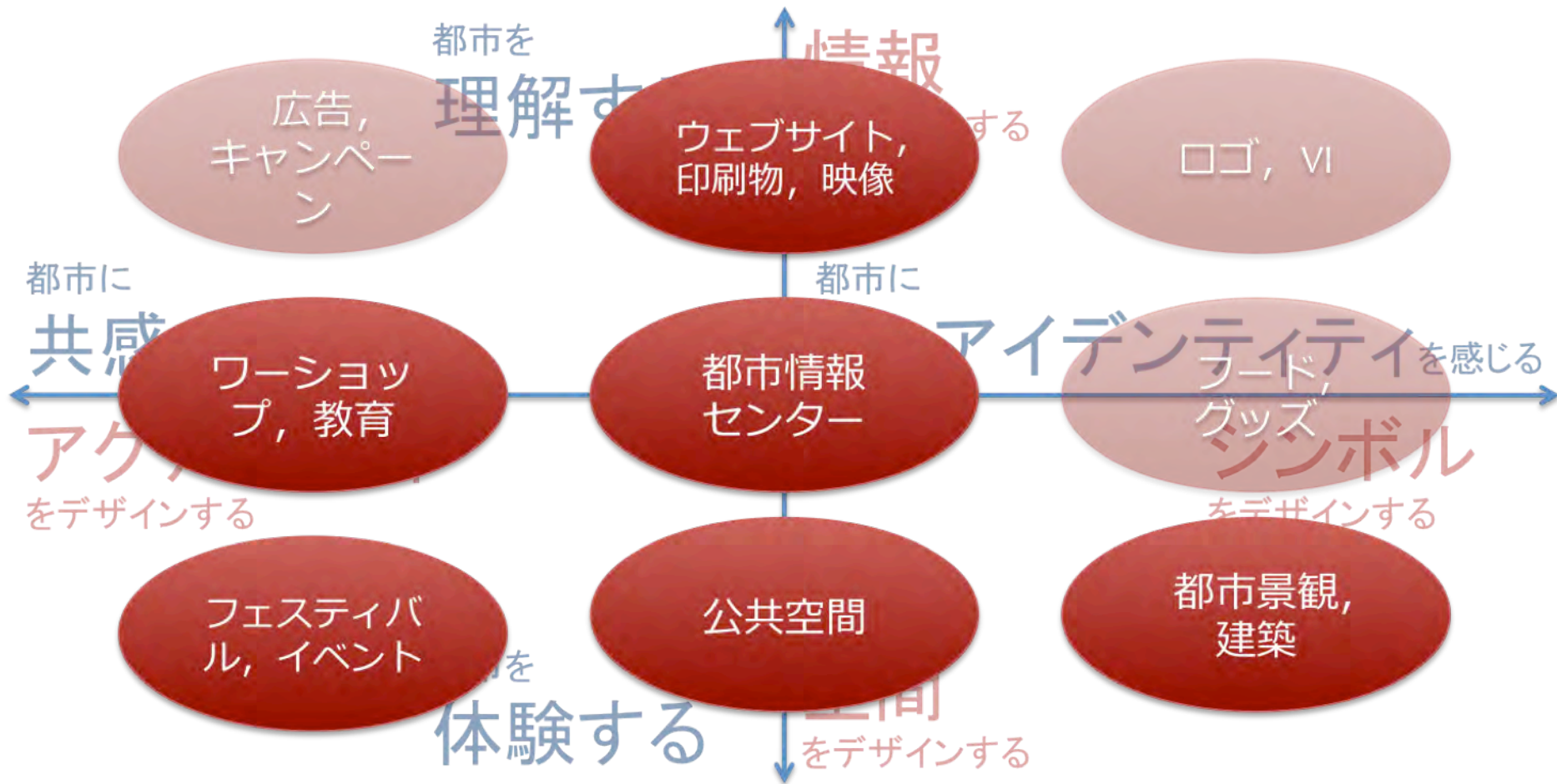
まちができあがる前からその場所
に馴染み, まちが作られる過程を
体感し, その場所を自分たちのも
のとしていく素地が作られている.



Infotreppe "20 Jahre Mauerfall," Berlin, 2009



ハーフェンシティ・インフォセンターの コミュニケーション・ポイント





『シビックプライド2 [国内編]』



佐賀

230,000

『シビックプライド2 [国内編]』

「わいわい!!コンテナ」プロジェクト

空洞化する佐賀市中心市街地で、増え続ける空き地を借地して、芝生の原っぱ、ウッドデッキのテラス、中古のコンテナを活用した雑誌図書館・交流スペース・チャレンジショップを設置する社会実験を実施。できるだけ市民の手で作り運営することで、まちを自分たちの場所として意識し、大切に使っていく機運を高めた。運営は地元TMO、芝生も地域の住民や子どもたちの手で張った。



『シビックプライド2 [国内編]』





656広場



マチノシゴトバCOTOCO215

回遊性を確保しつつある程度の密度で目に見える変化を起こしていくことで、住民たちも自分たちで動くことの手応えを実感することができる。



旧久富家住宅



656広場

…そういうまちの活気やそこに溢れる人々の笑顔が、僕自身の故郷に対する“シビックプライド”だった。…(略)…再び佐賀に戻ってきた時には、僕の記憶にあるまちの姿は、完全になくなっていて、衝撃的な風景が広がっていた。そして、この状況は佐賀に限った話ではない。自分のまちに対する誇りや愛着が、日本中の地方都市、特に中心市街地で全く同様に失われているのだ。…(略)…「昔のまちの賑わいを取り戻そう」という努力よりも、「これからの新しいまちのあり方を考えよう」「これからの新しい“シビックプライド”を探そう」という考え方にシフトした方が、これからの地方都市の生き残り方を発見できそうな気がしている。(西村浩「空き地を「僕たちの場所」にする」『シビックプライド2 国内編』)

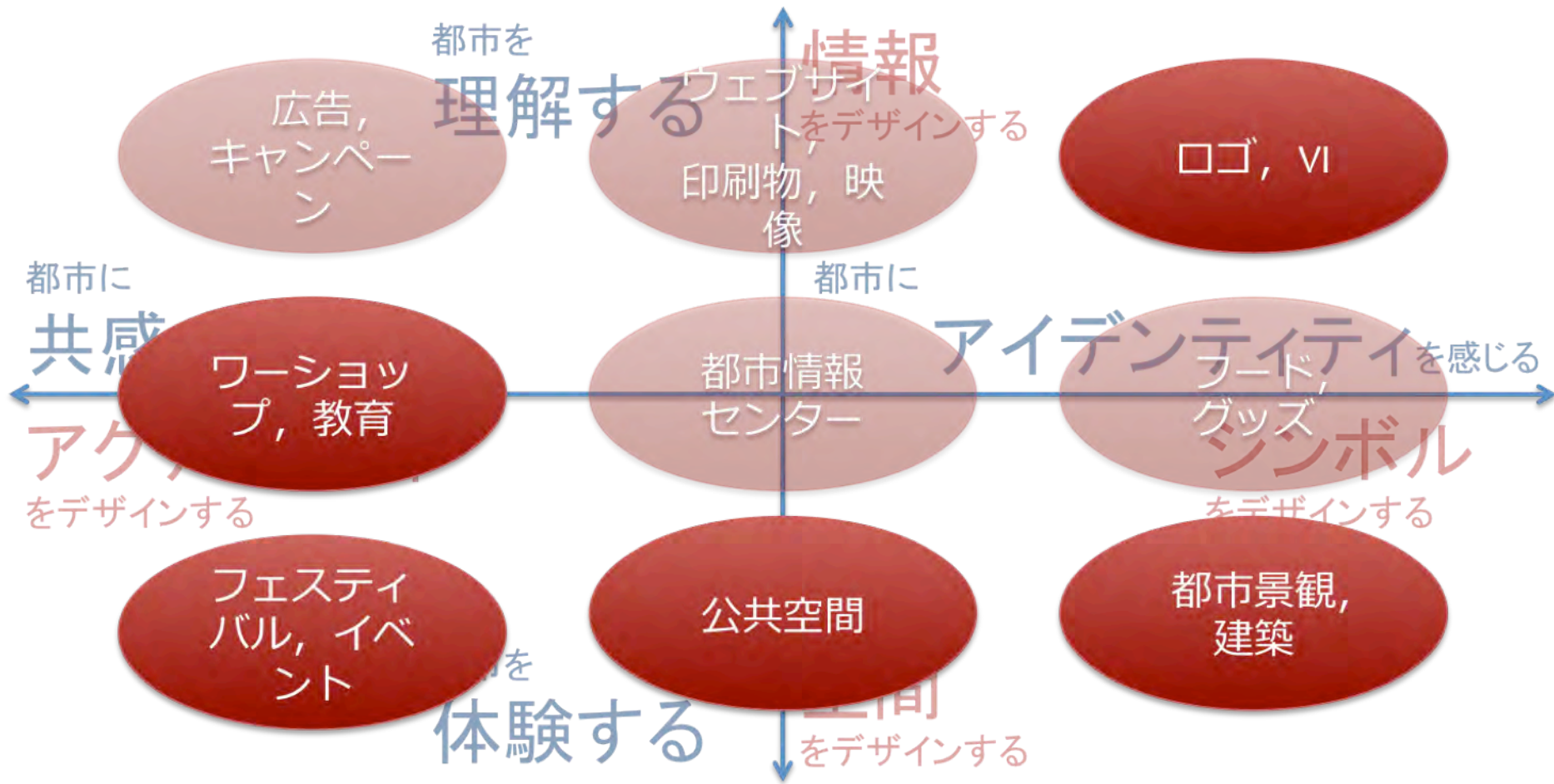


ものづくりカフェこねくり家



旧久富家住宅

わいわい!!コンテナの コミュニケーション・ポイント





Todmorden, UK

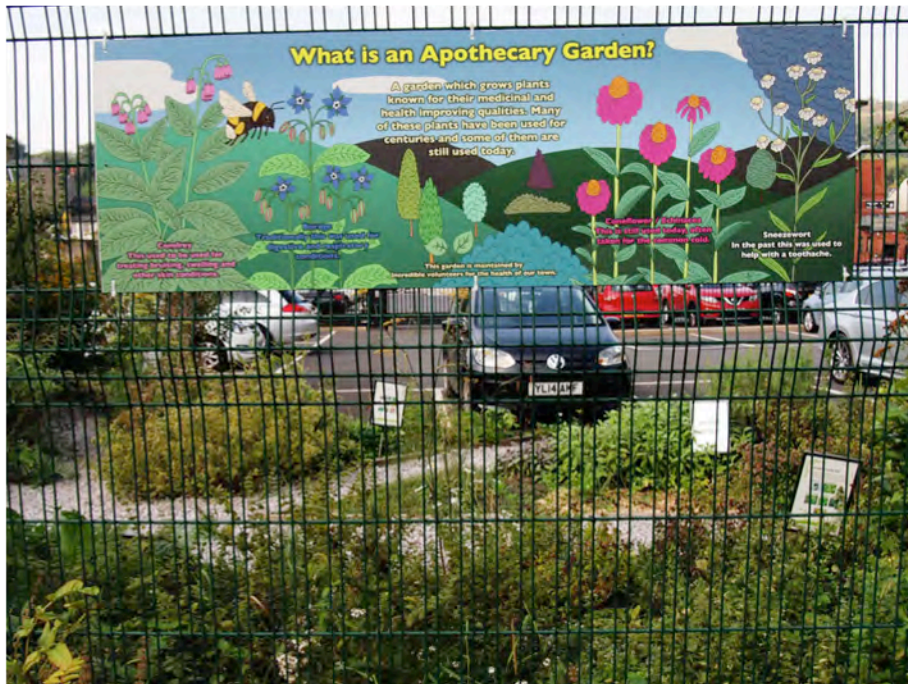
15,000

Incredible Edible Todmorden

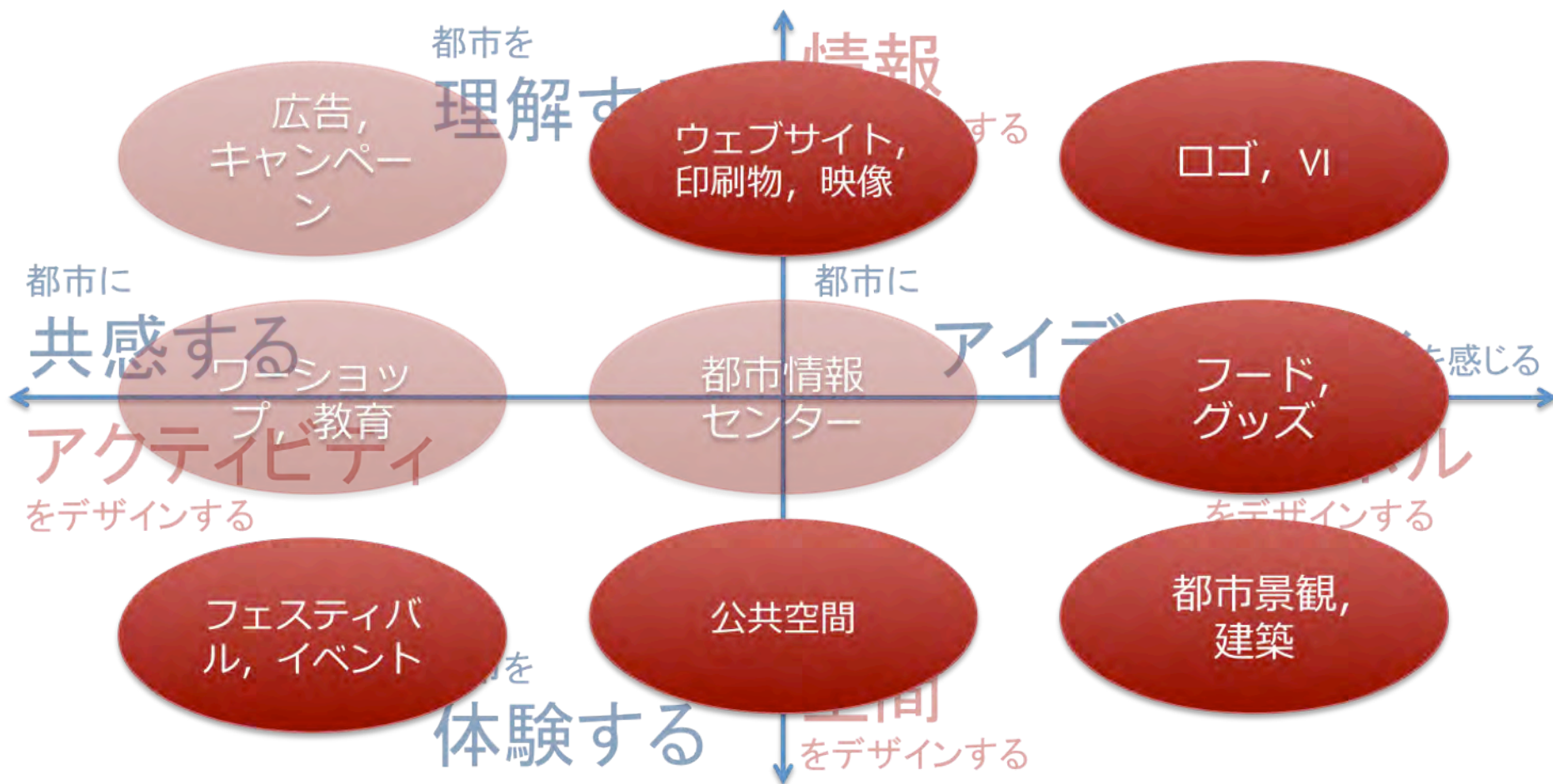
地産の食を育て促進する活動の一環で、公共空間・私有空間を問わず、まちなかに食べられる植物を植えて育てていくNPO活動。歩道、運河沿い、駅、駐車場、学校、遊休地、警察署、公共施設など、土のあるところなら(なくてもプランターを据えて)どこでも。環境の悪い場所などには特に積極的に関与する。野菜、果物、ハーブなどを栽培し、誰でも自由に収穫して良い。食や環境の啓蒙だけでなく、地域愛着を育てるきっかけにもなっている。







インクレディブル・エディブル・トッドモーデンの コミュニケーション・ポイント



コンパクトシティを目指す意志 を高らかに表明する リーディングプロジェクト

富山ライトレール(ポートラム)

2006年、日本初の本格的LRTとして開業

セントラム(富山地鉄)

2009年、既存の路面電車軌道に一部軌道新設により環状線化を実現

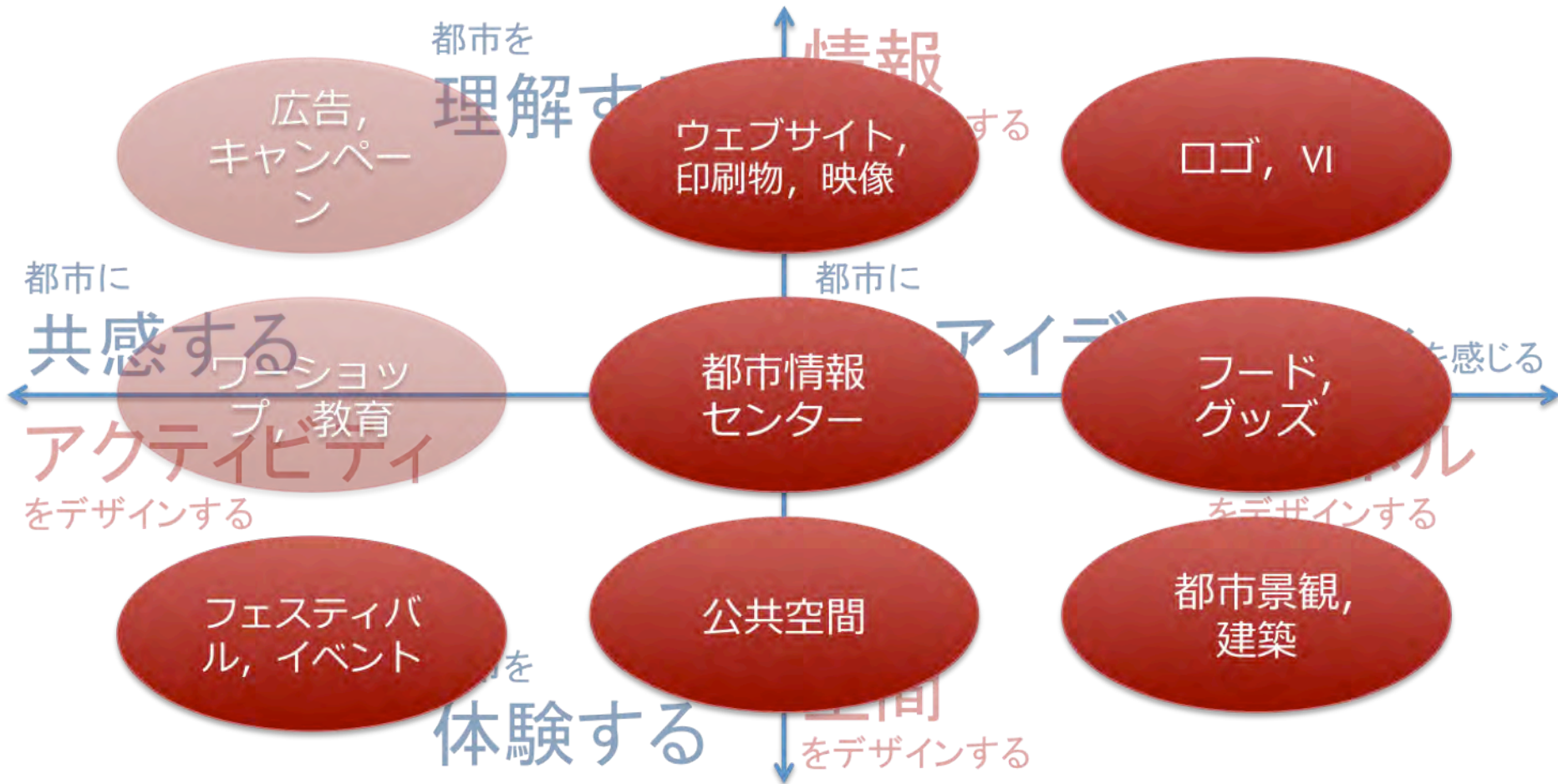


富山

420,000



富山市公共交通まちづくりの コミュニケーション・ポイント



新潟

800,000 (310)

上古町商店街, 新潟

新潟中心市街の旧中心商店街のひとつ。1970年代に新潟駅周辺の開発が進み、新しい大型商業集積が作られたことなどがきっかけに衰退、シャッタータウン化。しかし、2000年代に入って、家賃の安さや商店街の古い建物の雰囲気（1955年の新潟大火で焼け残った）に惹かれた若者たちが次々に出店し、古い商店のリノベーションをしながらオリジナリティのある店舗を展開しつつある。

地域商品の開発

地元で作られてきた商品に、まちで活動する若者がデザインを施し、新しい地域商品を開発、上古町商店街がひとつの流行発信基地になっている。

- 商店街に出店したデザイナーと商店街の老舗和菓子屋とコラボレーションしたウェディング用饅頭
→全国的な人気商品に
- 長岡造形大の学生がデザインし新潟市の染め物業者が製造した手ぬぐい
- 商店街のロゴを作り商店街オリジナルグッズを展開

など…



上古町商店街の コミュニケーション・ポイント

