

社会を変える

デザインキーワード

DESIGN KEYWORDS FOR SOCIAL INNOVATION

📌 今月のキーワード

タウンマネジメント

かつて、ディベロッパーは箱をつくるだけだと批判された。いまではまちづくりに積極的にかかわっているディベロッパーも多い。また、行政寄りの従来企画とは違う方向や視座からの新しいまちづくりが民間の手で行われ始めている。クライアントである企業にも地域社会にもプラスとなる創造的なまちづくりの鍵とは、何だろうか。

文／高橋正明(デザインジャーナリスト)



1: 栗原氏がタウンマネジメントを手掛けたヴィーナスフォート(東京・台場)では、移動式店舗を出店させるなどして共用エリアの収益化、活性化、価値向上を試みた

2: 自社で直営する「タウンデザインカフェ 神宮前」(表参道)の前で語る栗原氏

3: タウンデザインカフェの壁面に貼られた大型の神宮前地図には来店客が付箋で地域情報を貼っていく

“ ヴィーナスフォートや六本木ヒルズで体得した手法を、地方都市の生活向上に生かす ”

タウンマネジメントという、一般には商業地の活性化を意味し、タウンとはもっぱら商業地や商店街を指す。もともとは1998年の中心市街地活性化法に関連して、活性策の核として導入されたまちづくりの概念である。この用語そのものがまだ一般に明確に根付いているように見えない現状で、タウンが商業地に限られてしまっているのは、時代の流れからみて、そぐわない印象がある。

商店街だけを活性化することが不可能なことは、常識的に考えても明らかだ。商業流通は買い手の生活の一部に過ぎないのだから、買い手の生活と市場を切り離して考えることはできない。それは、たとえば前回とりあげたコミュニティのデザインやリ・デザインとも重なるだろう。全体の基盤の中でこそ商店街の活性化もありうる。しかし、ここにタウンマネジメントの曖昧さと、それ故の可能性がある。

タウンコンサルティング事業を手掛ける栗原知己氏(コウル代表)は、1994年から2005年まで森ビルで都心型の大規模複合施設の企画開発や開業後の運営を手掛け、愛宕グリーンヒルズ、ヴィーナスフォート、六本木ヒルズなどを舞台に活動してきた。ヴィーナスフォートでは、本来、賃料の取れない共用エリアの床を移動式店舗の出店スペースなどにして、収益を得るスキームを開発した。また六本木ヒルズ

では、そのオープニング戦略から開業後のプロモーションまでを担当。栗原氏の言うように、かつての六本木のイメージは、「外国人の多い、夜の街」であったが、今やファッションやアートの発信をする街へと変わった。今では冬の風物詩となった六本木ヒルズイルミネーションや屋上庭園の田植えなども含めて、エリア全体のイメージ向上の可能性を栗原氏は拡張してきた。こうしたタウンマネジメントは、大規模で技巧的なディベロッパー型の街のプロモーション、マネジメントである。その要点は、「地域を構成する、色々な人や混在した用途からなる、一つの街やブロック、エリアを効率的に管理運用し、話題発信しながら固有価値を高めること」だ。

こうした経験をもとに、栗原氏は現在、新しいタウンデザインを提唱し、さまざまなプロジェクトに同時並行で携わっている。千代田区淡路町二丁目再開発施設ではタウンマネジメント組織創設業務を、大阪ステーションシティ(11年8月号)では映像システムの導入を、そして横浜の大規模マンション開発では、タウンマネジメントによる新たなマンションコミュニティを提案している。中でも筆者が注目するのは、最初にあげた神田淡路町の計画だ。これは、「生活向上型」のタウンマネジメントだ。地域住民の交流促進、公園広場の運用、防災活動など、

「既存の町会だけでは難しくなってきた地域運営を行政に依存しないでやっていく流れなのです」と言う。学生街・神田から離れていった大学生を呼び戻そうと、再開発に組み込まれた学生専用マンションに入居する学生は、タウンマネジメント活動への参加を条件づけ、地域活動の主体となっていくことを期待している。栗原氏は「より良い都市での暮らしの実現、問題の改善を自立的に行うため、地縁企業、地元のディベロッパーを中心に周囲を巻き込んでいけたら」と話す。「経験から得た手法には汎用性がある。その手法を生かして、疲弊した地方都市の活性化にもかかわっていきたい」。経営面を踏まえたクリエイティブなまちづくりに、空間の設計というファシリティーのデザイン、そのオペレーションのデザイン、という三つの要素を統合して進めていく。「社会全体よりもまず地域にどう貢献するかが大事。地域と縁が切れない地縁企業にとって地域の繁栄は自らの繁栄です」。インフラ企業、地銀(信用金庫)、ディベロッパーなどは自らの利益を地域に還元するというより、それらを地域でシェアし、自らも更に繁栄していくのが理想だ。近江商人の言う、売り手、買い手、世間の「三方よし」に地縁企業を加えた「四方よし」(栗原氏)が可能になる活性化が現実に動き始めているのである。