

シリーズ
「景観文化考」第9回

S E R I E S

人間のための街づくり

L A N D S C A P E



中井 和子 (なかい かずこ)

中井景観デザイン研究室 代表

東京出身。筑波大学大学院環境デザイン専攻修了。(株)G.K.インダストリアルデザイン研究所(東京)勤務を経て、1975年～78年フランス政府給費留学生として、マルセイユ及びパリの国立美術大学で建築・環境デザインを学ぶ。1985年建築・環境デザインの研究所を設立し現在に至る。北海道教育大学・札幌市立大学・北海道工業大学の非常勤講師、『まちの色彩作法』(共著)、『農業・農村と地域の生態』(共著)、『北のランドスケープ』(共著)など。

若いころに深く共感した景観や街づくりに関する書籍を最近読み返している。例えば、芦原義信著『街並みの美学』やB.ルドフスキー著『人間のための街路』などの類で、選択したいずれの書物にも、人々が暮らしたい街、ヒューマンスケールの街路空間、生活の歴史が刻まれた街並景観への感動などが語られている。紹介事例の多くは、人間関係が親密で日常の生活文化が反映された街や村の魅力である。20世紀の都市計画理念から創出された都市空間は、機能的で合理的ではあるが、時として人間の感性によそよそしい疎外感を抱かせる場面も多い。

しかしそれでは、現状の都市空間や都市デザインの展開を否定してしまうことになるが、そうではない。むしろ、近代以降の合理的理念に基づく都市計画の考え方と、それ以前の風土と人間の関わりにおいて構築された不文律の街づくりの有り様とを併せ持つ、新たな街づくりの概念と手法が要求されている時代だと考える。人口増加と都市の拡大成長を基盤とした従前の都市計画は、少子高齢社会が進む現況の地方都市にはすでに当てはまらない。一方でコンパクトシティの概念も検討されるが、建物を高層化し中心市街地の人口密度を上げるだけでは、生活者の視点で実感される日常の暮らしの場が、果たして魅力ある生活空間となり得るかどうか未知数である。

「イタリア人は、出会いの場を重視し都市に『ピアッツァ(広場)』をつくってきた。一方、イギリス人は、人々に出会わない休息の場として自然的な公園の『パーク』を作ってきた。そして日本人は、歴史的にみてイタリアの広場やイギリスの公園のような外部空間には無関心で、公共的に優れた街路空間やオープンスペースを芸術的に作る意図はなく、外国のそれらに比べ見劣りする」と、芦原氏は『街並みの美学』のなかで述べている。さらに、イタリアの街路空間について、ゲシュタルト心理学のエドガー・ルビンの「盃と図」を引用し、街路を「意味ある形」と「余白の空間」の関係、すなわち「図」と「地」として判読し、見る

側が視座を変えることで「図」と「地」の見え方が入れ替わると説明している。例えば、沿道の建物の連続性が街路空間を形成するヨーロッパの古い街並景観では、場合に応じて建築の内部空間と屋外の街路空間の認識が反転することが起こり得る。地域住民にとって街路空間が憩いや集いの場となり、住宅の内部空間と同様に花やアートで美しく飾り、ストリートファニチャー類を設置して、より快適な屋外生活を演出するデザインが試みられる。都市の街路空間が住宅内部と同様に重要な生活の場として認識されることから、地域住民による魅力ある街並景観の形成が行なわれる。

イタリアやスペインや南フランスなど南ヨーロッパの地域では、屋外で気軽に食事をする。土・日の昼食や夏の夕食時には、家の庭先は勿論のこと街路空間にまでテーブルと椅子を持ち出し、家族や親類・知人も含めてにぎやかに宴を展開している光景にしばしば出会う。北海道でもジンギスカンやバーベキューなどの時には、自宅の庭や公園等で野外の食事を楽しむ習慣がある。初めて北海道を訪れた時、南ヨーロッパと北海道の共通点を実感した場面で、北海道では街の景観形成を実践できる素地があると認識した。

B.ルドフスキーは著書『人間のための街路』の中で、「街路」は沿道の建物の連続性と一体となった地域住民の生活ドラマの展開の場であり、街の固有のコミュニティの活気を醸成する空間であると語っている。一方、「道路」については自動車が走行しやすい機能性が要求され、安全で明快なことが重要でシンプルほど良いと述べ、「街路」と「道路」に対する認識と機能の違いを明快に区分している。この考え方は、ヨーロッパの都市や農村を移動すると理解できる。主要都市間は鉄道等の公共交通機関や高速道路等の道路網が発達し、移動の利便性を考慮した道路整備が行われているが、地方には人々の生活や生産活動が見えるコンパクトなスケールの小都市や農村が点在する。都市や農村の中心市街地は



リヨンの市場

歩行者中心の街路づくりで、町の広場や街路空間では週ごとに市場が開設され、農家の新鮮な野菜・果物類や花卉類、チーズ・ソーセージ等の加工品などの直売が展開される。これらの農産物や加工品の農家直売の定期市は、ヨーロッパの多くの都市で年間を通し開催され、生産者と消費者の関係が極めて身近であり、高齢者も気軽に新鮮な食材を購入できる。買物客の方にもなじみの露店があり、売り手との会話を楽しみながら品定めをし、和気あいあいの雰囲気交流の場となっている。午前中で市場が終わると直ちに清掃され、午後には普段の街の広場や街路の光景に戻っている。都市の公共空間を、暮らしの場面で活用する生活文化と地域コミュニティの存在を実感する。

少子高齢社会では、限られた公共的財源をより有効活用しながら、快適で魅力ある生活環境を創出する必要があり、地域単位で考え行動する知恵と人材育成の仕組みづくりが要求される。地域の防犯・防災や高齢者への支援、北海道では冬の除排雪対策なども含めて、地域住民が自分たちの街を心地よく暮らせる快適な場所へと育てていく体制づくりが重要である。さらに、安心・安全で住民相互の交流を深める街づくりでは、日ごろから定期市や祭事など近隣住民が顔合わせする場を設定し信頼関係を築くことも大切である。

これからの「人間のための街づくり」では、子育て、福祉、買物、雪対策、防災・防犯、街並景観など、生活に関する多面的視点から包括的に考え行動できる住民と行政による地域自治で、地域に呼応したヒューマンスケールの街づくりを期待したいと思う。

※写真撮影：筆者



ザルツブルグの中通り