

都市の再生は、ハコモノ/建設でなく、文化によるまちづくり

劇作家・平田オリザ氏も、「熊本市の 3000 人“大会議場”建設は時代遅れ」と厳しい指摘

2月10日、「産業文化会館の再開を求める会」「花畑広場のムダをただす会」と日本共産党熊本市議団の共催で、劇作家・平田オリザ氏による講演会「文化・芸術での地域再生」を開催しました。「地域に愛されない施設はダメ！」と言い切る、平田オリザ氏の「文化によるまちづくり」のお話は、改めて、熊本市でも産業文化会館を残し、文化・芸術による町おこしにこそ力を入れるべきであると痛感させられるものでした。

様々な都市の事例にみる「文化による都市の再生」

【フランス・ナント市】

フランス西部の都市・ナント市は、20代の失業率が50%を超えるような活気を失った町から、「文化によってナントを再生させる」と訴えた市長の誕生によって、市の再生が始まりました。町の中心の倒産したビスケット工場をアートスペースに作り

替え、その周辺に芸術家を住まわせ、「芸術家に優しい街」に。音楽祭や映画祭など、各種芸術祭を取り組み、わずか10数年で、マスコミの世論調査で常に「老後に住みたい街」の最上位に「ランクされる



ようになりました。ナント市の文化予算は、市の予算の14%にも上り、ソフトの充実した文化的な都市のイメージが確立されています。

大切なのは、ハコモノでなく、ソフトの充実です。

日本でも、ハコモノでなく、ソフト充実で魅力向上の取り組み

中心市街地の衰退の激しかった八戸市につくられた公立文化施設「はっち」は、建物の中に大きな集客スペースが1つもなく、小ホールやギャラリー、スタジオなどで構成されています。さまざまなワークショップが行われ、街の玄関ともなり、人口23万人の都市でありながら、年間100万人を動員しています。

周辺の通行量は90%増、中心市街地全体では30%の増加です。

平田オリザ氏は、このような事例を紹介し、「3000人のコンベンションセンターは福岡につくらせて、熊本で宿泊させるための夜のイベント、ソフトを充実させることが大事。3000人ホールは時代おくれ。」と厳しい指摘がありました。

(控室から)

益田牧子

文化による社会的包摂の大切さ

平田オリザさんの講演は、社会のあり方にも話が及びました。「誰かが誰かを知っている緩やかなネットワーク社会」の大切さ。ホームレスや失業者など社会的弱者を孤立させず、「文化による社会的包摂」についても語られました。平田さんの劇場では、雇用保険を受けている失業者への割引制度を設けているそうです。

「芸術は、直接、社会に役立つだけでなく、公共財であり、100年後、200年後の人類のためになる可能性を持っている。大都市と地方の文化格差が開き、地方ほど、地域文化を支える公的な役割がある。外からの集客に頼るのでなく、市民参加型の地域に愛される施設が地域を元気にする。イベント型、テーマパーク型は、市民の誇り、愛するものとはならない。自分で考える力を持たないと中央資本から搾取される。地方に戻ってきたいまちづくり、熊本市は、新幹線の間駅でもあり、他所に行くのを止めることが大切ではないか」などなど、90分間があつと言つ間に過ぎました。大いに励まされた刺激的な講演会でした。

日本共産党 市議会だより

発行：日本共産党熊本市議団

ますだ牧子 上野みえこ なすまどか

熊本市手取本町1-1 議会棟3階

NO. 887

2014年2月16号

電話 328-2656

FAX 359-5047

メール：kumamsu@gamma.ocn.ne.jp

ホーム：http://www.jcp-kumamoto.com/



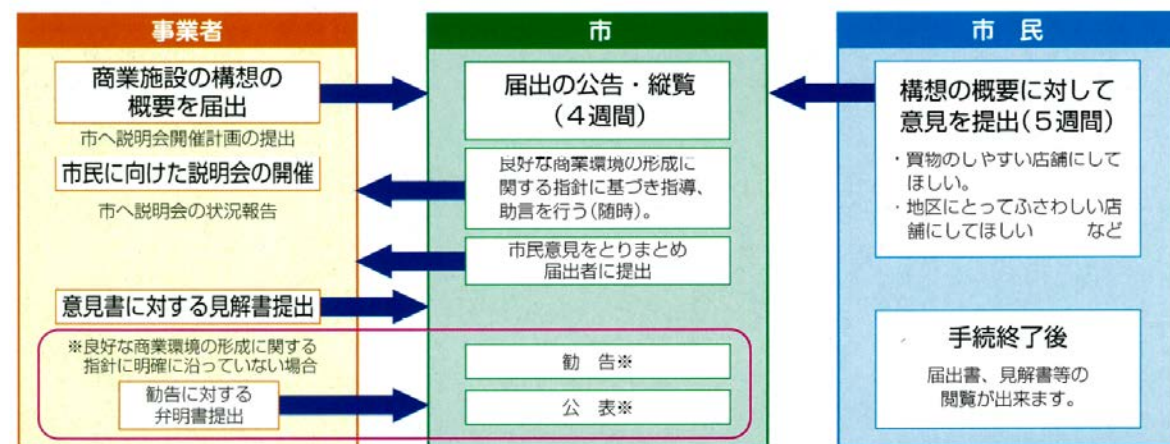
<経済委員会視察報告>誰もが安心して豊かな暮らしを送ることができる買物環境を目指す 「静岡市良好な商業環境の形成に関する条例」に学ぶまちづくり

熊本市と同じように、静岡市も、郊外への大型店出店により、市の顔である中心商店街の商圈の減少、市街地部では、地域を支えていた商店街も衰退傾向。今後、人口が減少し、個人所得も伸び悩みが予測される中で、「どのような商業環境ができれば快適で住みやすいまちが実現できるのか」の論議が進められてきました。2013年4月、静岡市良好な商業環境の形成に関する条例・指針を、全会派の賛成で制定。「都心部は、商業集積を図り、市の顔となる魅力的な商業環境の形成」「自動車に頼らず徒歩や自転車で買い物ができる環境づくり」を目標に、ゾーンによる誘導指針が制定されています。昨年10月から施行し、大型店の出店は、年3~5件ありましたが、これまで、地元の反対の声もあり、1件の届け出もなく、抑止効果を挙げているとの説明を受けました。

熊本市では、中心市街地を取り巻く地域(地域拠点型商業環境形成ゾーン)への大型店出店が相次ぎ、地域での住環境悪化、従来の商店街の衰退など大きな社会問題となっており、大いに参考にすべきだと思いました。(益田牧子)

1、計画段階で住民説明会を開催し、市民意見を反映

条例では、商業施設の建設等について、計画段階での「市民の意見を反映する機会を設け」、市民に向けた説明会の開催、市民からの意見提出、事業者からの意見書に対する見解書の提出、市の指導・助言・勧告など事業者・市・市民に対する手続きが明示されています。(下図参照)



※勧告、公表に当たっては、静岡市商業環境形成審査会の意見を聴きます。

2、地域特性に基づきゾーニングを定め、適正に誘導

指針では、5つのゾーンを設定。まちづくりの方向、商業集積の方向、想定する店舗構成、取扱い品、想定する顧客と買い物行動、小売業を行うための店舗の用に供する部分の面積が示されています。(下表は、主な項目)

ゾーン名称 (地域区分)	まちづくりの方向 (当該地区の役割)	想定する主な顧客と買い物行動	小売店舗用に供する部分の面積
都心型商業環境形成ゾーン(静岡・清水・東静岡副都心)	静岡都心:商業都市静岡の顔として、地域資源を活用し、賑わい、風格のあるまちを構築など	鉄道、自動車で概ね1時間強県内(30~50km程度)の生活者、県内外からの観光来訪者	特に定めない
地域拠点型	都心、副都心を補完する地区として、生活サービス機能や業務機能の充実したまちづくりの展開	徒歩、自転車移動圏内(2km程度)の居住者及び通勤、通学者、平日の夕方・週末の買い物	5000㎡ 幹線道路沿線: 8000㎡
特化型	旧宿場など歴史、風情のある街並み、地域資源の保全や利活用による豊かな歴史を実感できる	徒歩、自転車移動圏内(2km程度)の居住者 市内観光として、旧宿場町を訪問する来街者	3000㎡ 幹線道路沿線: 5000㎡
近隣生活型	旧来の商店街を核としつつ、地域コミュニティの維持、育成に資する	おおむね徒歩圏内(500~1000m程度)の居住者、近隣居住者の平日の昼~夕方の買い物	1000㎡ 幹線道路沿線: 5000㎡ 国道1号線沿線: 8000㎡
生活型	良好な住環境、景観や沿道環境、景観への配慮を重点に置きつつまちづくりを進める	おおむね徒歩圏内(500~1000m程度)居住者、若しくは沿線を通る自動車来訪者、	同上