

第2章

「ものがたり復興」の登場

第1節 従来の復興計画への疑問から

大規模災害の被災地では、多くの場合復興のための復興計画が策定される。策定の主体は被災地域の自治体で、復興に関して自治体や公的機関が実施する事業がずらりと並ぶという、いわば「事業リスト」型の計画がほとんどである。阪神・淡路大震災や中越大震災、中越沖地震でも例外ではなく、こうした形式の復興計画が策定・公表されてきた。

事業リスト型の復興計画にも、事業の背景や目的、期待する効果などは記載されているのだが、ややもすると事業の内容を記述することに力点が置かれ、事務的で味気なく感じることが多い。被災地がどのような思いで復興しようとしているのか、災害を乗り越えてどのようなまちや地域を作りたいと考えているのか、そうした心が見えない、心が感じられない計画。それで本当によいのかという疑問がある。

もう一点、復興計画の策定プロセスにも疑問がある。多くの場合、計画は自治体の職員と一部の専門家によって検討・策定されてしまう。計画策定のプロセスに住民が関与することは稀であり、そこで語られる事業の多くは「官」のものである。結果として、住民には身近に感じない計画が「上意下達」で押し付けられている、と感じることは多い。

復興計画とは、不幸にして被災した住民や地域が、被災前に戻るのではなく、よりよい未来を手にいれるための計画である。そこには誰もが共有できる未来像やビジョンが示され、それぞれの役割と行うべき活動が明示されることが必要だ。

したがって、計画はさまざまな課題を解決し、新しい日常や成長へのスタートを切るといった、夢や希望が感じられるものでなければならない。また、住民自身が復興（＝未来）のために、何をなすべきかがはっきりわかるものでなければならない。つまり住民自身が計画策定のプロセスに参画し、「官」の行う事業だけでなく、住民やコミュニティが行うべき事業についても明示している復興計画。理想的な復興計画とはそのようなものであるべきだろう。

アメリカ・サンタクルーズ市の中心市街地復興計画は、その理想的な復興計画の一つと位置づけられる。

第2節 サンタクルーズ市の復興計画の概要

(1) サンタクルーズ市の復興計画

前章で述べたように、サンタクルーズ市の中心市街地復興計画は、被災翌年の1990年1月から始まる。商工会や商店街の代表、本屋や宝石店の店主など民間から18人、市長や行政関係者、学識者や専門家18人、計36人の検討委員会が発足した。全員が対等の立場であることを象徴する円卓（丸テーブル）が用意され、議論が本格的にスタートする。

委員会での議論で、復興計画の名称が「ビジョン・サンタクルーズ（Vision SC）」と決まる。そして計画の「第一原則（First Principle）」として、「子どもたちの住む50年後のサンタクルーズを考えよう」が定まったことで、計画策定は本格化。市民も参加して300回を超えるワークショップや会議が行われた。

ワークショップやイベントを通じて寄せられた夢や意見を基に、復興計画のキーワード「市民の茶の間（Civic Living Room）」が決まる。「サンタクルーズの中心市街地を市民の憩いの場にしよう」という夢（ビジョン）を共有し、未来のサンタクルーズ市の姿や生活が様々な物語として綴られた。

市民や行政関係者はさらに復興計画を具体化していく。「リビングには座る場所が必要だ」「人が集まって楽しめる映画館が欲しい」など、キーワードと綴られた物語によって夢に方向が生まれ、まちづくりの計画としてまとまり始める。

1991年9月、市街地復興計画がまとまり公表された。地震によって撤退したデパート跡地の再開発計画をはじめ、「市民の茶の間」にふさわしい街なみや景観計画が定められた。また計画では、ビルの高さや正面（ファサード）のデザインなどに関するガイドラインが示され、それを尊重することを求めた。その後の再生・復興活動において、企業や個人、行政それぞれがガイドラインを順守したことで、建物や街並みの統一的な復興が進んだ。また1995年には撤退したデパートの跡地に、「市民の茶の間」のシンボルである映画館も完成した。

サンタクルーズ市の復興では、さまざまな主体が勝手に再建計画を実行するのではなく、市民参加による話し合いや議論を通じて、まち全体の将来像（＝ビジョン）をみんなで共有した。その将来像に向けての計画を策定するとともに、市民それぞれがガイドラインを守る（＝計画に示されたまちづくりに協力する）ことで、ビジョンを実現していったわけである。未来を共有することで、そこにいたる復興の道も共有するという方法論だ。

表 2-2-1 サンタクルーズ市における復興計画策定活動

時期	事象・動向
1989年10月	・サンフランシスコ地震発生
1990年1月	・復興計画策定委員会発足。策定活動スタート
2月	・キーワード「Civic Living Room」が決定
5月	・ビジョン案「ビジョン・サンタクルーズ」第1版公表 →以降数回にわたって改訂版を作成・公表
1991年9月	・「市街地復興プラン」策定・公表

復興に関する
300
回以上の
ワークショ
ップやイベ
ントを実施

住民・企業・行政それぞれが、復興プランやガイドラインに
基づく、復興のまちづくりに取り組む

(2) サンタクルーズ市の復興まちづくり

ゾーニングによるまちの性格の明確化

サンタクルーズ市の復興計画では、「Civic Living Room」と位置づけられた中心市街地をはじめ、海辺の観光エリア、丘の上に住宅や別荘といった居住ゾーンを設定。それぞれの街区やエリアの性格を明確にしたゾーニング設定で、復興のまちづくりを促している。

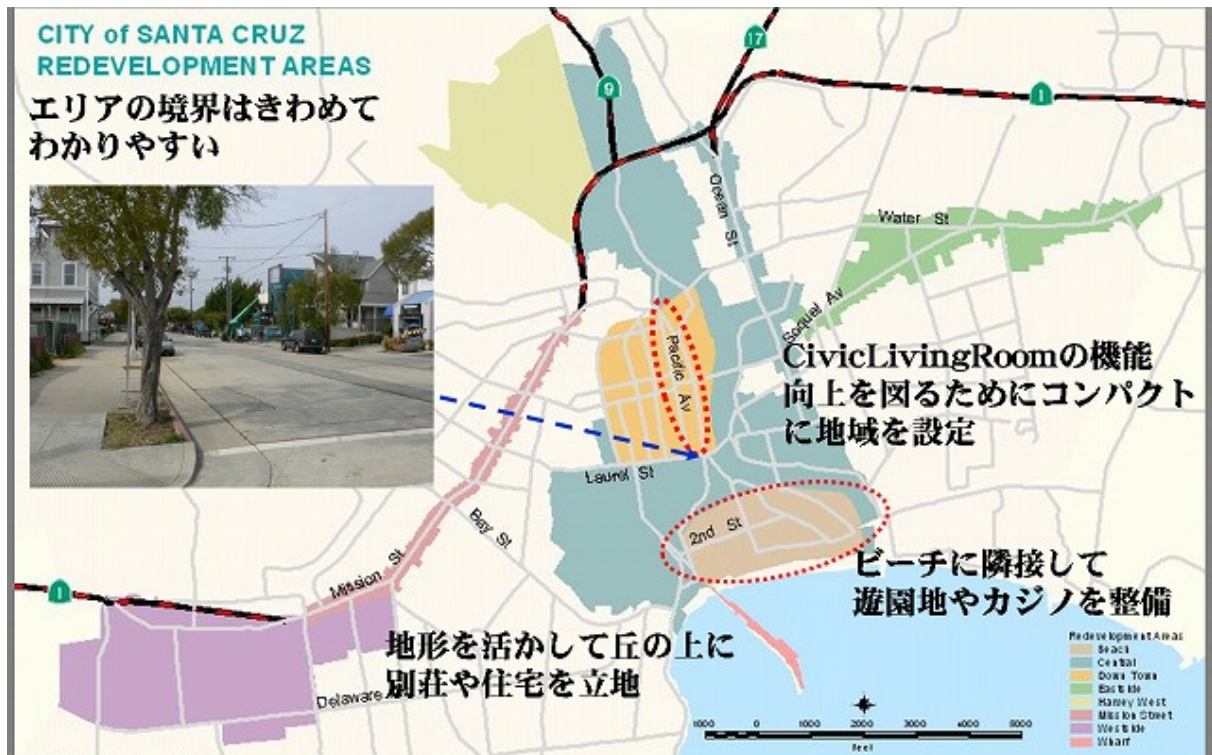


図 2-2-2 サンタクルーズ市の再開発計画におけるゾーニング

デザインガイドの設定

復興計画ではエリア（ゾーン）ごとに、景観やまちなみに関するデザインガイドラインが設定・公表された。

中心市街地であり、「Civic Living Room」と位置づけられたパシフィックアベニュー商業地区では、その目的と方向性について以下のように記述されている。

パシフィックアベニューのデザインガイドラインが目指すのは、ダウントウンのユニークな景観を強化し、歩行者の目を楽しませるような多様性をもたせ、通りの景観の質の高さを私有地にまで拡張していくことである。ダウントウンの建物正面の外観は、ダウントウンのアイデンティティと性質に大きな影響を与えるものであるので、慎重に検討する必要がある。
 （「サンタクルーズダウントウン復興計画」ROMA デザイングループ、1991年）

こうした考え方に基づいて示されたデザインガイドラインは、

- 歴史的建造物の保存と活用を重視
- 街路に面したファサード（正面部分）の景観形成
- 街路樹や階数制限による街なみの統一感

などが重視された内容となっている。

パシフィックアベニューに関してデザインガイドラインで示された項目は 21 項目にも及ぶ。

表 2-2-3 デザインガイドラインで示された項目（パシフィックアベニュー）

1) 建物正面の構成	11) コーニス ¹ とストリングコース ²
2) 店舗正面の処理	12) ウィンドウモルディング ³
3) 景観要素（花壇や植物の設置）	13) フラワーボックスなど
4) 建築物の張り出しとセットバック	14) 建物のリズム
5) 店舗正面入り口	15) 窓
6) 店舗正面の透明性	16) 屋根部分の処理
7) 店舗正面デザインのバリエーションと装飾	17) 建築素材
	18) 色
8) 可動式の店舗正面	19) 植物
9) 2 階以上の階の正面と屋根の処理	20) 照明
10) 出窓とバルコニー	21) 裏通りのサービスアレー

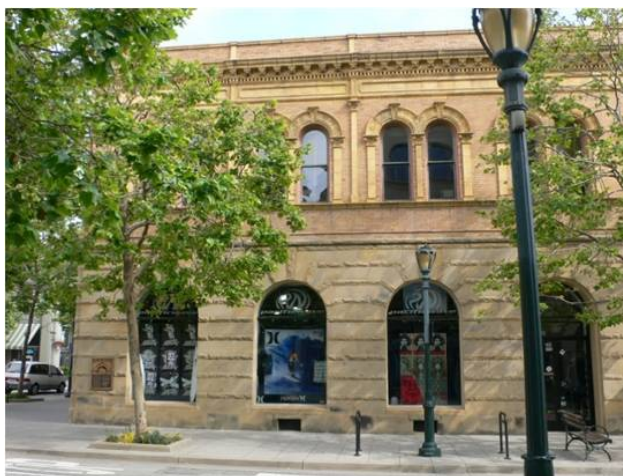


図 2-2-4 デザインガイドラインに基づく歴史的建造物の活用例

¹ 洋風建築の軒・壁の頂部、階と階の区切りなどを取り巻く帯状の装飾。軒蛇腹(じやばら)。

² 壁面の階と階を区切る胴蛇腹(どうじやばら)

³ 窓にほどこされる額縁のような装飾

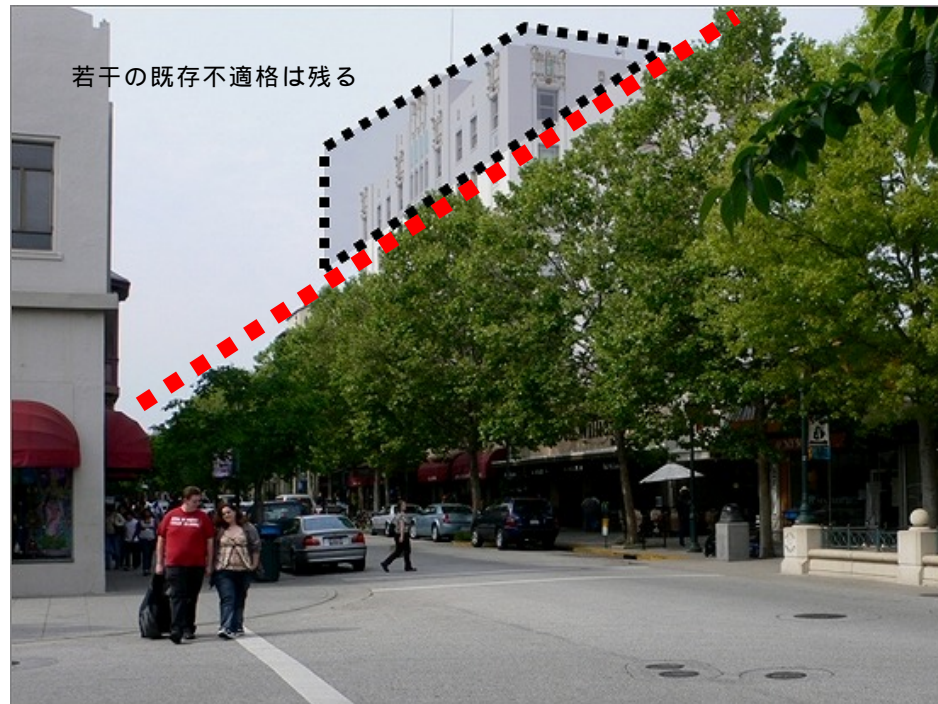


図 2-2-5 階数制限と並木で街路のスカイラインを統一

さらに道路空間に関しても「歩行者用通路」「中庭」「交差点」「コーナー」「T字路」「裏通りの駐車場及び搬入路に沿った1階部分」の6項目でガイドラインを示している。

例えば「Civic Living Room」にふさわしい空間を形成するために、直線的に歩道・植樹帯・車道と分断するのではなく、それを入れ子にする(特に木の植え方を十分に考慮する)ことを推奨している。これにより道路幅を十分に確保しつつ、駐車帯の確保や見通しを悪くすることで車のスピードを抑制し、歩行者に配慮している。日本では道路占有許可が必要と思われるカフェのテラス席の滲み出しなどが、空間に彩りを添えている。

また、バスターミナルをあまり景観に影響のない形でストリートの端部にうまく組み込んでいる。



図 2-2-6 店舗や駐車スペースで入れ子状に構成された道路空間

第3節 中越から広がる「ものがたり復興」

サンタクルーズ市における復興計画策定の手法は、従来の「官（行政）」主導の復興計画づくりとは異なる方法論として、まずアメリカの専門家たちが注目した。そして、阪神・淡路大震災の調査に訪れた彼らを通じて日本に紹介された。

たくさんの絵を使用して街なみのガイドラインを紹介するデザインガイドのような計画書の巻末には「こんな街を作りたい」という、さまざまな市民の作文集（市民の夢や希望をまとめた提案集）がついている。日本ではもちろん見たこともない形態の「復興計画書」だが、一部の専門家は「これこそが本当の復興計画ではないか」と考えた。

「鳥が鳴いている」「若者が集う場所が欲しい」など、住民の思いがストレートに語られているだけに、共感が生まれ、復興した街の姿や夢が共有しやすい。なにより、そこで語られている未来像は住民自身が考え、発信したものである。行政の押し付けではなく、また住民自身が街の再生や復興に参加できる計画がそこにはあった。こうして次第に災害復興に関わる研究者や中間支援者の間での認知が高まっていくことになる。

初期の頃は「サンタクルーズの事例」や「文学のような復興計画」と呼ばれることが多く、「ものがたり復興」という言葉はまだ使われていない。そしてある時、中越大震災の関係者が、サンタクルーズの計画策定手法を例にあげ、復興の物語（復興物語）」という言葉を使い始めた。

復興のビジョンをしっかりと作って、そのビジョンを基に、物語が展開するように復興を進めていく。あるいは、時とともに変化・進化する物語のようにビジョンを考え共有する。「物語」というキーワードが注目され、復興計画の手法の一つとして「ものがたり復興」あるいは「復興物語」という言葉が定着していった。

そして言葉だけにとどまらず、この手法による復興の街づくりが進んでいる。中越沖地震で被災した柏崎市のえんま通り商店街がそれだ。

柏崎市の中核的商業地として、長い歴史と伝統を持つえんま通り商店街は、中心市街地の人口減少などを背景に衰退傾向にある中で被災市、壊滅的な被害を受けた。その再生・復興にあたって、新潟工科大学や早稲田大学などの応援を得て、物語復興の手法でまちづくりを進めている。

本報告書では、サンタクルーズ市や柏崎市の例を交えながら、「ものがたり復興」の特色や可能性、手法を活用した復興計画策定のプロセスなどについて紹介する。