

名古屋市ささしまライブ 24 地区都市開発事業のエリアマネジメント

地域貢献活動として行った構想提案内容について

三上訓顯

現在の JR 名古屋駅の南側に旧国鉄の笹島貨物駅があった。1986 年に名古屋貨物ターミナル駅ができたのに伴い、笹島貨物駅は廃止され、跡地は、イベント会場や日本国際博覧会（愛・地球博）のサテライト会場などに使用されてきた。その後この笹島駅貨物駅跡地と南側にある中川運河船溜まりとを一体にして「ささしまライブ 24」と呼び名古屋市の都市の玄関にふさわしい魅力と活気のある街を目指して、これまで土地区画整理事業が行われてきた。既に娯楽の一部と、業務機能が集積しており、来年から大学のキャンパスが開かれるなど、ささしまライブ 24 地区の都市再開発事業も中盤の段階になった。そんなおりに、私の研究室に、エリアマネジメントという視点からの構想提案を名古屋市ささしまライブ 24 総合整備事務所から求められた。そこで研究室の地域貢献活動としてこれに応じた。本稿は、エリアマネジメントの立場から、この構想提案内容、特に消費需要、コンセプト、スキマティックデザインについて明らかにしたものである。

キーワード：ささしまライブ 24 地区、都市再開発、エリアマネジメント、地域貢献、構想提案

1. はじめに

もう随分古い話になるが、筆者らが学会賞 [注 1] を受賞した建築・デザイン作品が図 1 である。青森市のスキー場を通年利用型施設へと再生させた環境デザインに対する受賞であった。

このように 1 つのプロジェクトが始動し、そして様々な段階を経て完成し、社会的評価を得ることができたのは幸運だったといえる。というのも都市や建築の世界では、プロジェクトが成長し、完成に至る機会が、実は大変少ないからである。特に専門の軸足を建築から都市へとシフトさせると、そうした傾向はより一層顕著になってくる。建築や都市の上流の活動と呼ばれている、プロジェクトが立ち上がる最初の段階では、実に数多くの提案がなされ、検討されるが、その提案の大半は日の目を見ることなく消え去ってしまうのが私達の領域では常のことである。

本稿で語ろうとしている、名古屋市ささしまライブ 24 地区（以下ささしま 24 地区と言う）に対する私達の提案も、いずれはそうした数多くの提案の 1 つとして検討され、実

現することなく消え去る運命にあるだろう。

そこで、私達の提案を書き留めておくことは、最近の方法であるエリアマネジメントを踏まえた点では、比較的トレンドな立場からの執筆であるし、それなりに意味のあることだと思われた。そんな私達の提案の一端を実際に使用した報告書を用いて記録しておこうと思われる。

2011 年 6 月、名古屋市ささしま 24 総合整備事務所から、



図 1. 日本デザイン学会平成 12 年度年間作品賞受賞作品

私の研究室に相談があった。「ささしま24地区[注2]」の都市再開発事業も関係する事業者の建物が建つ等ずいぶん完成に近づいてきたが、今後の展開を考えると、エリアマネジメントが地区に採って非常に重要になってくる。そこでささしまライブ24まちづくり協議会のワーキングの中で、民間事業者を始めとする協議会メンバーに対して、エリアマネジメントを促進する提案ができないか、といった主旨であった。

私は、名古屋市の要請を快諾し、三上訓顯研究室の地域貢献プロジェクトとしてその構想提案を作成し、ささしまライブ24まちづくり協議会で発表した。当研究室では、院生や学部生達とのボランティア作業[注3]によって、2回のプレゼンテーション[注4]を行い、ささしま24地区の今後の都市の姿を探った。

本稿では、プレゼンテーションのために制作された構想提案内容を、実際の提案報告書[注5]にもとづきながら、これからの都市再開発の方向性や、大規模建築物がどのよう

に発生し、そして実現にむけて最初の第一歩を歩き始めようとするのかといった、建築デザイン源流の仕事についても言及しながら、少しささしま24地区の将来像の一つを明らかにしてゆきたい。

2. エリアマネジメントについて

エリアマネジメントという活動は、近年になって登場してきた都市再開発の方法の一つである。エリアマネジメントは、商業・業務地などを対象に、個別的な地域の環境維持向上のために、そこで事業を営もうとする事業者、そこにすんでいる居住者が中心となって行われる地域活性化活動だと定義できる。

現在、多くの地方公共団体が財政的な余裕がなくなるなかで、国土交通省の支援もあり、商業・業務民間事業者らによる地域活力の向上や、安全快適を求める住民の要望にこたえて、近年日本全国で様々な取り組みが行われている新しい都市再開発のための活動方法である。

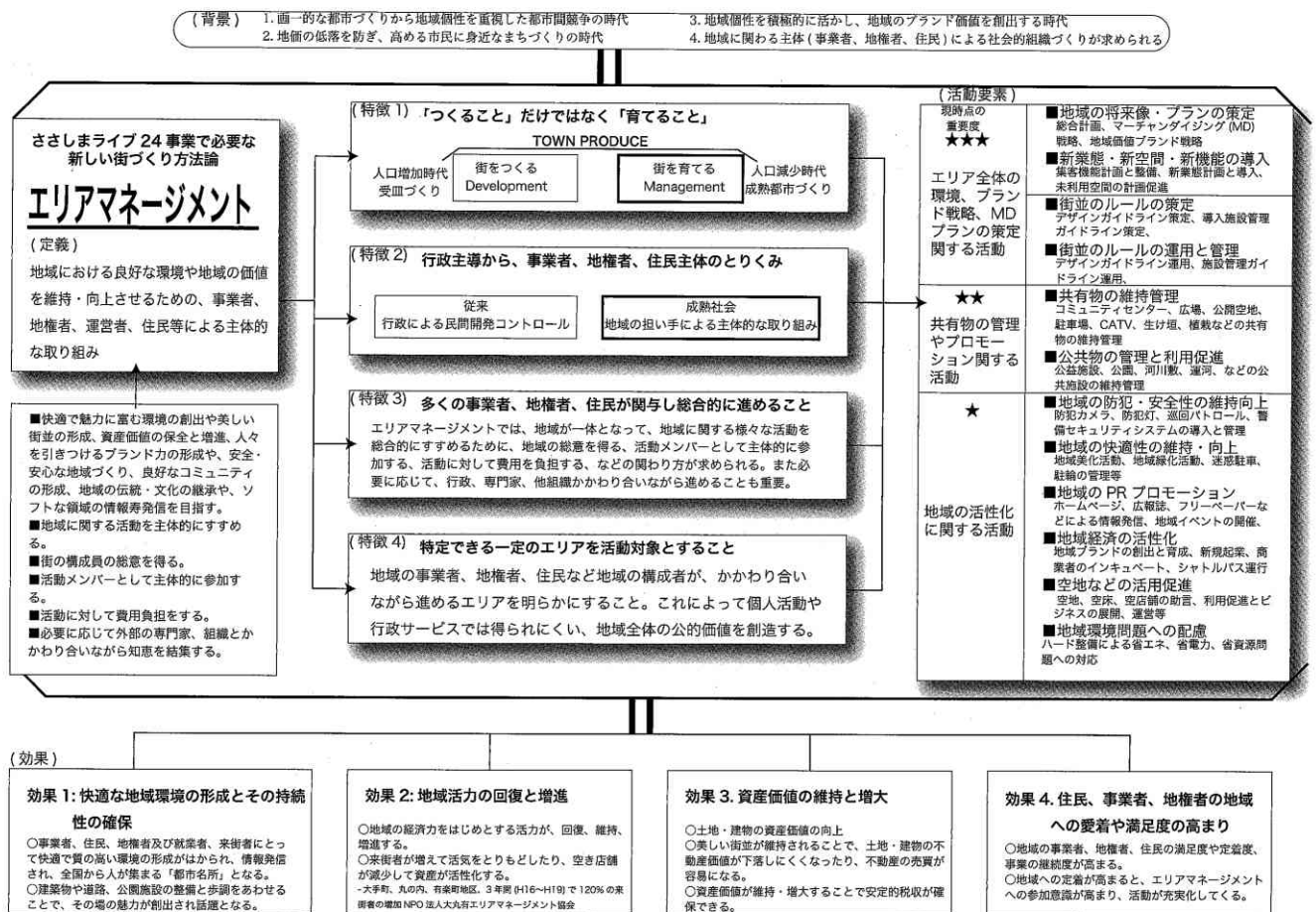


図2. エリアマネジメント一般論

図2は、国土交通省が編纂した資料〔注6〕をもとに、私なりに加筆して、エリアマネージメントの構造をまとめたものである。

この方法の大きな特徴は、4点ある。

第1に、従来の街づくりから街育てに、開発の視点が変わった点である。それは人口増加社会から人口減少社会への変化を、また行政が財政難であること、などが背景にある。

第2の特徴は、都市再開発主体が行政主導から事業者や地権者、あるいは住民といったように、街を利用する主体へと開発主体が変化したことである。そして第三セクターなどを設けた従来の一体的都市再開発から、街に関わる民間事業自らが連携し組織化し都市再開発の役割を担う方が、これまでの行政主導よりも、経営的にあるいは利用面においても、行政の手が届かない点にまで事業を行うことができるという点である。

第3は、多くの事業者、地権者、住民が関与し総合的に進めること。地域が一体となって地域課題に関する活動を、総合的に進めるために、地域の総意を得、活動メンバーとして参加することが必要となり、また事業については、開発費を負担する等の関わり方が求められる。つまり民間主導型といってよく、そのための組織として株式会社とNPO法人という二つの組織形態がとられている。

第4は、特定のエリアを活動対象とすることであり、民間事業者、地権者、住民等が、関わり合いながら、開発してゆく特定のエリアを定め、これによって行政サービスでは得られにくい地域全体の公的価値を創造してゆくことである。

エリアマネージメントという方法を用いた実例として、東京の、特定非営利活動法人大丸有エリアマネージメント懇談会による、大手町・丸の内・有楽町地区、あるいは秋葉原タウンマネージメント株式会社による、秋葉原地区の都市再開発をあげることができる。

いずれもこれまでの行政主導型から、民間事業者主導とすることによって、行政の負担とされていた公共サービスの一部、あるいは行政では行い得なかった民間サービスにまで、都市再開発の一環としてプログラミングできるようになってきた。

3. 消費需要の算定

ささしま24地区は、既に大半の進出事業者が決定しており、個別的ではあるがそれぞれの民間事業者毎に事業計画も随時策定している。そんななかで、事業者間からでてきた意見は、夕方以降の街をどうするかであった。たしかに私どもでこの街全体が完成したときの昼間人口を算出すると約5万人程度と予測できるが、アフター5以降の集客の施策あるいは戦略はまだ未知数であった。

そこで果たして集客需要の有無かを検討する必要があった。図3は、ささしま24地区を中心に集客圏域を示したものである。隣接する近距離からの集客を意図する第1次商圈、概ね名古屋市内からの集客をはたす第2次商圈、鉄道沿線にそって概ね1時間程度でこられる第3次商圈と、3段階の集客圏域を設定し、そこでの各世帯の消費金額と、小売業年間販売額との比較をしてみた。それが表1.である。

ささしま24地区を中心とする近隣圏域である第1次では、a) 各世帯商圈内潜在購買力が451,148百万円であるのに対し、b) 吸引しうる小売業年間販売額が701,067百万円となり、a)-b)の結果-246,931百万円の消費不足となる。同様に名古屋市を含む第2次商圈では、a) 各世帯商圈潜在購買力が-1,707,413百万円、b) 吸引しうる小売業年間販売額1,940,490百万円、a)-b)は-233,077百万円となる。これらは、設定した商圈が居住者だけではなく市外からの観光客やビジターによって成立している商圈であることをあらわしている。さらに第3次商圈では、a) 商圈内潜在購買力4,799,859百万円、b) 吸引しうる小売業年間販売額4,036,357百万円となり、763,502百万円の消費が余剰として存在している。このことから近隣県を含む第3次商圈を対象とした場合に、消費需要が発生することがわかった。

結果として第1次商圈と第2次商圈では小売業年間販売額の方が大きく、集客の見通しは成立できない。結果として第3次商圈まで集客の商圈を拡大することによってもささしま24地区の新たな消費需要が見込めることがわかった。その範囲とは名古屋市を含み東は安城市、瀬戸市、犬山市などを含み西は三重県津市までを含む広域商圈である。この範囲であるならば、商業サービス業の需要が、期待できることがわかり、新たな建築施設建設の可能性も生まれてきたことになる。

次いで新たな消費需要が成立する第3次商圏内のライフスタイル別人口規模をみたのが図4のデモグラフィック特性である。その結果ヤング、ヤングアダルト(15~24歳)の世代と、シニア(55~64歳)の世代が規模面では最大数となることがわかった。人口構成比で見ればこれらの世代が二つのピークを形成する。こうした人口構造は、現在の特徴的な世代構成であり、ときには消費が家庭内で完結するという親子構造である。従って物販的な消費は、戦略的なマーチャンダイジングをとらない限り、あまり期待できない世代でもある。

図5は、ジュニア・ヤングアダルト層とシニア層のライフスタイルイメージである。これらの世代がどのようなライフスタイル上の志向性を持っているかを多角的にイメージと言葉で表現したものである。そして後に論述するマー

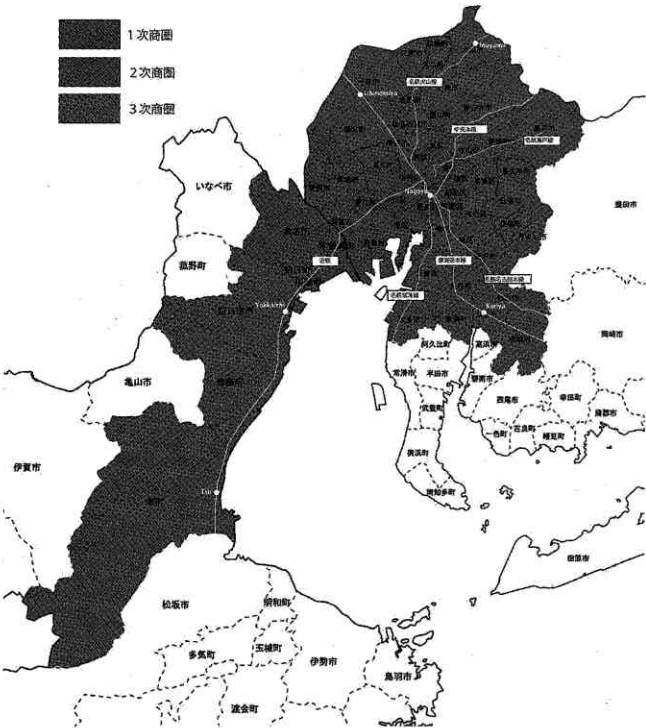


図3. 商圏図

表1. 消費需要算定

消費需要算定	1次商圏	2次商圏	3次商圏	合計
人口	178,572	454,148	751,078	1,383,798
世帯数	67,258	1,037,413	1,040,490	2,745,161
消費需要	1,785,720	4,541,480	7,510,780	13,837,980

チャンダイジングの際の導入したいテナントの設定に反映される基データとなる。

実際にこれら二つの世代が、ささしま24地区で集客可能な消費構造となるが、世代が異なる複数の世代を訴求対象とすることは、立地戦略から判断し有利とはいえない。ささしま24地区には、高級ブランド店などを有するシニア層向けの店舗も数多く出店する等、シニア層との重複が見られる。

そこで名古屋駅周辺を、シニア層を訴求対象とする商業サービスエリアと位置づけ、ささしま24地区は、ジュニア・ヤングアダルト層を訴求対象とする商業サービスエリアとして位置づけてみた。こうすることで、現代の最多市場を訴求対象として設定しながら、名古屋駅エリアとの差別化をはかろうとする消費面での棲み分けが可能になる。

このように消費構造は、まず成立可能な商圏を探り、その規模を把握した上で、商圏内の訴求すべきライフスタイル

消費需要	1次商圏	2次商圏	3次商圏	合計
消費需要	1,785,720	4,541,480	7,510,780	13,837,980

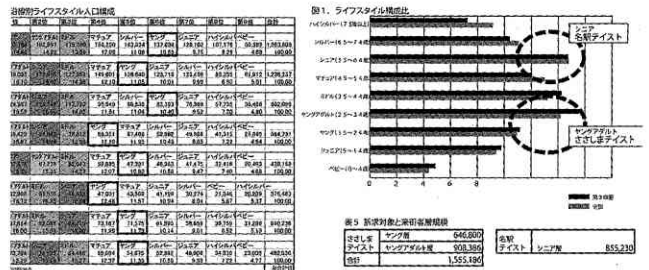


図4. デモグラフィック特性

メディア	雑誌	レジャー	旅行	ファッション	ブランド	娯楽	街	生活スタイル	旅行	読書・健康	文化
シニア	読書	旅行	健康	ファッション	ブランド	娯楽	街	生活スタイル	旅行	読書・健康	文化
ジュニア	ファッション	旅行	健康	ファッション	ブランド	娯楽	街	生活スタイル	旅行	読書・健康	文化

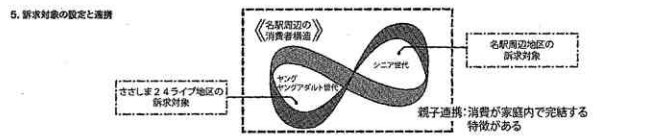


図5. デモグラフィック・イメージ

図3~5の制作: 稲垣菜月

ル層を設定し、その規模とライフスタイルイメージを明らかにすることによって訴求対象を明確にした、ささしま 24 地区で導入したい都市機能の選定が可能になる。

提案報告書では、この他に社会動向や周辺整備課題等について検証を行っているが、本稿では略す。

3. 提案コンセプトについて

提案の前提として、エリアマネージメントがある。すでにささしま 24 地区は、都市再開発が進んでいる段階なので、新たに導入機能を検討する空間的余地はすくない。むしろ街が完成した後の運営を視野に入れた提案であることが条件である。

さらに既に検討した課題、一つは前述した消費需要に基づく訴求対象に関する課題、もう一つは名古屋市等が位置づけている中川運河沿いの計画の延長線上におかれる集客魅力ある水辺資源を活かした魅力の導入、そして名古屋市の事業として、それまでの土地区画整理事業だけでよいのかとする、あるいは市民サービスとしての魅力付けがいないのではないかとする課題である。こうした課題解決の方向として登場するのは都市環境をどのように演出してゆかとする方向性である。これらの前提条件と課題、及びこれらに答えるコンセプト及び提案の内容の骨格を提案したのが、図6で示したトータルコンセプトである。

ここでは、都市の娯楽=エンターテイメントという機能を仮説的に立案してみた。それはアフター5以降をどうするかという事業者からの課題、そして検討を重ねた3課題に答えられる可能性があり、またささしま 24 地区がすでに一部にエンターテイメント機能を導入していることから考えて立案してみた。エンターテイメントという仮説でどの

ような将来像が描けるかというのが、この提案書の骨格になっている。

そこで「Canal Entertainment Walk」というトータルコンセプトでこれを表現している。

トータルコンセプトは、3本の sub concept で成立しており、第1に“Walkable Entertainment”と呼んでいる、既に計画されている建築と街区内道路との間のオープンスペースを利用した、催事機能の導入である。そこには、カフェテラスや仮設路面店舗によるギャラリーやショップ、あるいは大道芸人の舞台といった、ストリート開発である。

第2は、“Canal Entertainment”と命名した、中川運河船溜まりへの提案である。歴史性ある護岸を守りながら、運河沿いにエンターテイメントの水上施設核を建設し、集客の要にしようというものである。合わせて名古屋市の計画である防災拠点機能を併せ持った施設の開発である。

第3は、“Entertainment Production”と呼ぶ娯楽を演出し、街づくりを先導できるソフトウェアと組織の提案である。これは前提条件であるエリアマネージメントの考え方と符合しており、大きくは街を総合的な視点から演出プロモーションできる組織体の形成を提案している。

以上の3本のサブコンセプトに支えられた「Canal Entertainment Walk」をここでは提案の柱としている。界限づくりという比較的容易に取り組めるテーマ、施設開発というプロジェクトテーマ、そしてソフトウェアという必要欠くべからざる機能といったように、提案は、街の実現の度合いに応じて取り組めるようにサブコンセプトを設定している。

トータルコンセプトの基本的考え方に従い、また前述したささしま 24 地区のライフスタイルで導かれたヤング・ヤ



図 6. トータルコンセプト・チャート

ングアダルトを訴求対象とすることができ、かつ彼らから支持されるブランドであり、界限ストリートや新規導入チャンネル施設において、導入が望まれるブランドを、私たちの研究室なりに議論し検討してリストアップしたのが表2のマーチャндаイジング構成表である。具体的なブランド名、あるいはテナント名が記述されている。もちろんこれは、こちらがライフスタイルやコンセプトに基づいて設定したものであって、実際に導入できるかどうかは、全くの未知数である。だが民間事業者等にとって今後計画を立ててゆく上で、実際にどこにアテンドすればよいのといった現実的な交渉に関する事柄、あるいは具体的な導入イメージを喚起する上でも、リアルなブランド名をあげたマーチャндаイジング構成は、事業者にとって大変重要な検討要素なのである。

マーチャндаイジング構成のなかで、核の一つとなるのが、関西を拠点とするお笑い系最大手企業による中規模クラスの常設の専用劇場の導入である。名古屋あるいは中部

圏をみたときに、現代のお笑い系文化が、この土地には風土的に欠落していると私達は考えた。実際にこの関西のお笑い系最大手企業が経営する中規模クラスの中堅となる常設専用劇場は中部圏にはなく〔注7〕、大阪と東京だけである。

実際に名古屋人と会話をしても、会話の中に関西人の持つユーモアや話術の巧みさを経験することはまずないといつてよい。それだけ名古屋は真面目な気質の土地柄なのだろう。他方テレビで見られるものになんて金払って劇場にでかけるのかといった名古屋人固有の合理性もあるだろう。だから、あえて現代のお笑い文化をテレビでは体験できないリアルな専用劇場で導入しようとする試みが、ありえるというのが私達の考え方である。

コンセプトとマーチャндаイジングは、概念と現実という点からみれば表裏一体のものである。提案報告書では、マーチャндаイジングのイメージを提案し、理解の一助としているが、本稿では略する。

次章では、こうしたトータルコンセプトに基づいた提案の

表2. マーチャндаイジング構成

制作：西口真也、稲垣菜月

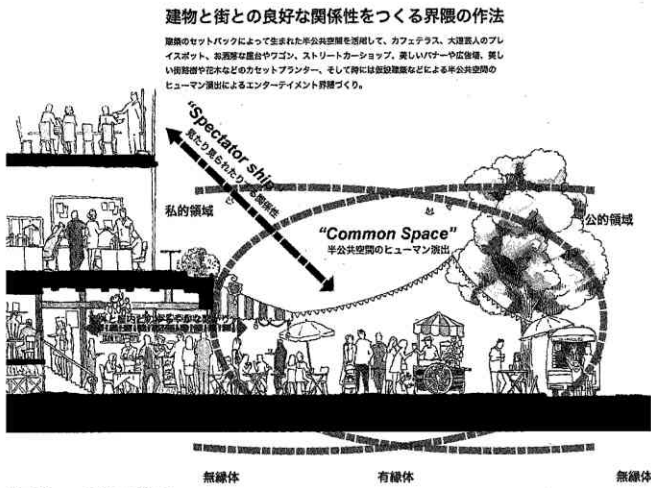
Table with columns: 新求ライフスタイルに適合するテナント例, 利用イメージ, 対象エリア (ストリート, キャンナル). Rows include categories like エンターテイメント, 物産(食品), 物産(ファッション), 飲食.

中から、界限ストリート演出と、チャンネルエンターテイメントの二つの空間的展開における考え方とイメージを語ってゆこう。

4. スケマティック・デザインについて

私は、かねてからスケマティックデザインという方法が

存在していることを、これまで繰り返し述べてきた[注8]。それは、建築等の設計図書に基づいて描かれたものが透視図図であるならば、設計をしていない前段階でコンセプトに基づいて描かれた空間的イメージを、スケマティックデザインと呼んでいる。そうした提案を図7に界限ストリート、図8にチャンネルエンターテイメントのスケマティックデザ



制作：稲垣菜月

図7. 界限ストリートの考え方と利用イメージ

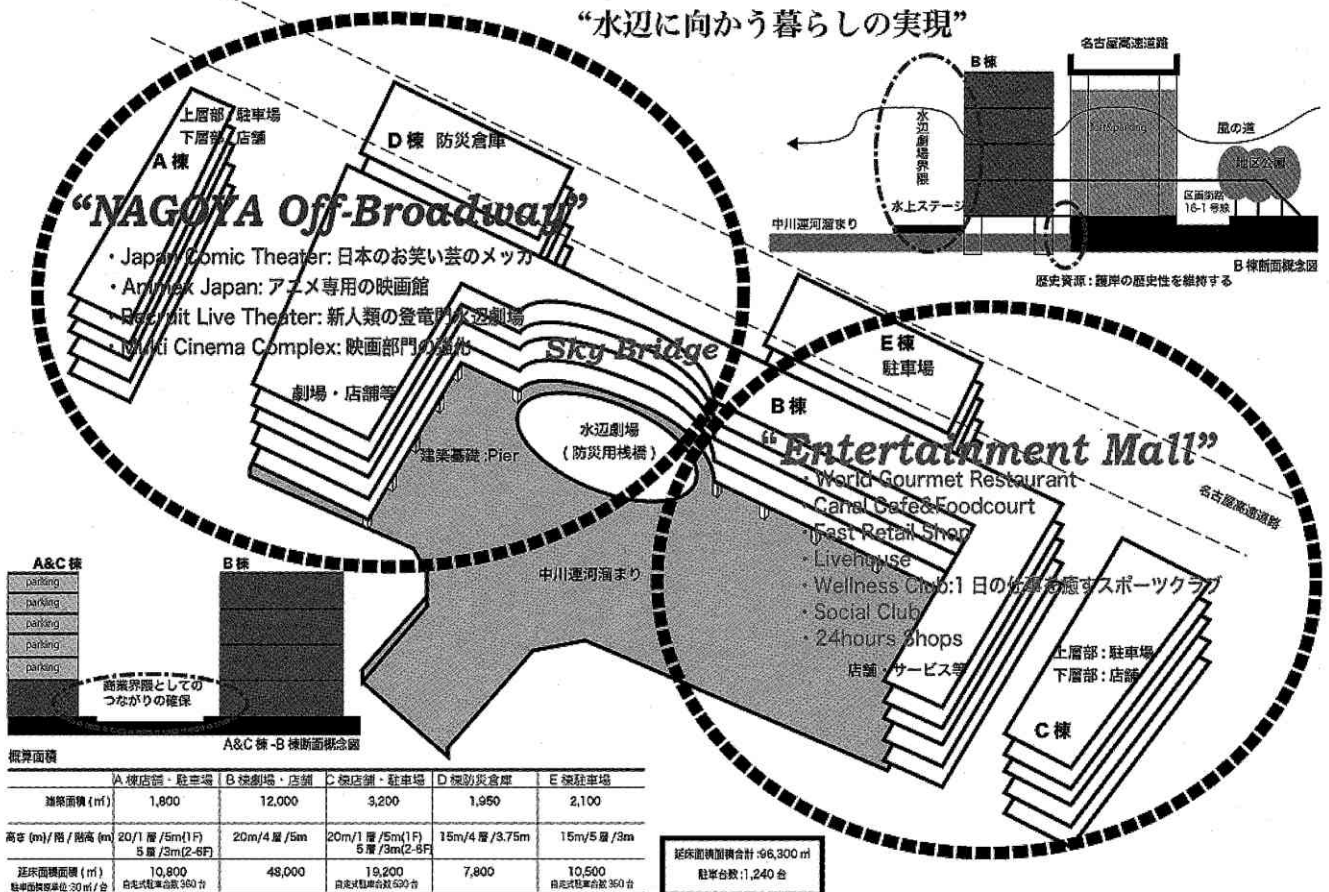


図8. チャンネルピアの建築イメージ

インをあげた。

まず界限ストリートは、建築壁面の敷地境界線からのセットバックが建築計画の与件として行政によって設定されているので、必ずストリートと建築壁面との間に空間が発生する。こうした空間を道路という公的性格の空間と、建築という私的利用の空間との境界に位置することから、これをコモンスペースと名付け、積極的な界隈づくりを提案している。こうした界限空間には、緑陰を活かした屋外のカフェテラスや屋内のレストランの屋外へのにじみだしといったように、店舗の延長として容積率の割り増しを認めて仮設建築物に限って2階建て程度の建設を促したり、大道芸人達の舞台となったりするなどの多彩な利用ができる空間としての整備を提案している。

キャナル・エンターテイメントは、中川運河船溜まりと倉庫等の未利用値を用いた大規模娯楽・商業機能の導入提案である。機能としては、娯楽機能を中心とする現代ミックエンターテイメントや名古屋の地場産業である映像アニメのシネマコンプレックスといった個性ある娯楽機能を強化し、協力的な集客能力を形成するとともに、娯楽にテイストを合わせた物販・飲食・サービスなどの商業機能を配置しようとする2つの大きな構造を持っている。

前者を名古屋オフブロードウェイと呼んでいる。オフとしているのは、名古屋の劇場街といえば既に伏見界限に劇場が立地しており、将来メインエンターテイメントとして機能するだろうという予測からである。オフであるだけにメインでは上演できない実験的あるいは前衛的な演目も容易にできるし、また上演のための費用もそれほどかけられない若い劇団の養成にもつながるであろう。

こうした施設ボリュームを設定して、中川運河船溜まりの空間に配置してみると、述べ床面積で96,000㎡となり、約1000台の駐車スペースを確保しても、約60,000㎡の娯楽・商業機能を設けることができる。これだけの規模で施設を建設すれば、それは中部圏でもまとまった娯楽機能の場となり、名古屋の新しい都市名所となるであろう。また中川運河船溜まりに設けたことで、景観的な影響が懸念されたが、延床面積10万㎡のボリュームを設けても、CGや模型で確認するとそれほど威圧感もなく収まることもわかった。それだけ、中川運河船溜まりが、空間的に大きいということだ

ろう。

こうしたボリュームによるスキーマティックデザインによって、運河の上に栈橋で構築するという新たな建設方法の提案によって、ささしま24地区の新たな戦略的魅力が浮上することになる。

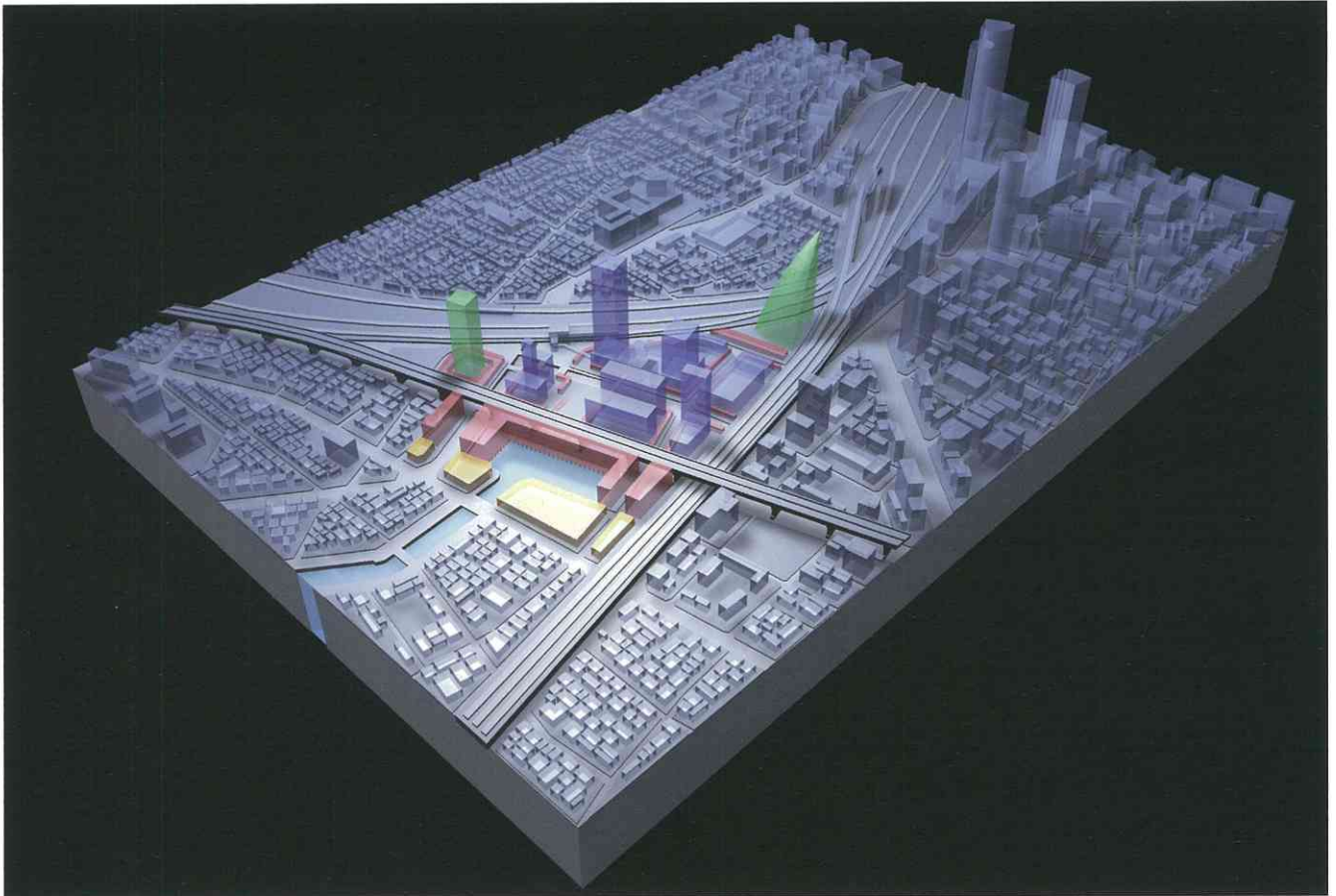
今後事業関係者間の検討を踏まえた上で、事業コンペが実施され、この施設の運営事業者と建築設計者が決まれば、この施設は実現に向けた動きとなるであろう。

このように建築の始まりというのは、こうした消費需要やコンセプトそしてマーチャダイジングといった概念的なフレームの延長上に初めて、建築をつくる動機が発生してくる。これが建築という行為の最上流の活動である。建築をつくりだす必然性や動機、そして街づくりに与える影響など、今後検討すべき課題は数多く、まだ実現にはそれ相応の時間を要するが、すくなくとも構想提案では、娯楽という仮説の延長上に、こうした建築をつくる動機が生まれたことになる。こうした動機が最初にあつてこそ、以後に続く建築の行為、すなわち計画や設計という行為が発生してくるのである。

私は、かつて金山駅北口地区に整備された商業施設「明日なる金山」の開発においても本稿同様の方法で、名古屋市に構想提案〔注9〕しており、その結果5年後に完成をみた経験がある。こうした点からも、関係者の今後の検討に期待するとともに、事業コンペティション〔注10〕で優れた事業者と建築家を選定してもらいたいというのは、提案者の希望である。

こうした過去の経験を踏まえれば、エンターテイメント・ピアの主要部分である6万㎡は、建設コスト50万円/坪で換算し、約90億円の建設規模を想定している。これに見合う事業構造になるとどうかのフィジビリティ・スタディは、与条件の未設定要素が多く、次のステージへの課題としている。

以上のスキーマティックデザインを都市の中に配置した将来像が図9である。ブルー系が完成あるいは、すでに事業計画を策定し建設途上、または建設予定のものであり、緑系は事業者はいるがまだ開発計画が策定途上、赤系が私どもが提案した部分、黄色系が今後検討したりザーブボリュームである。将来の都市の完成した姿を概括的に表現してゆ



3DCG制作：小川直茂

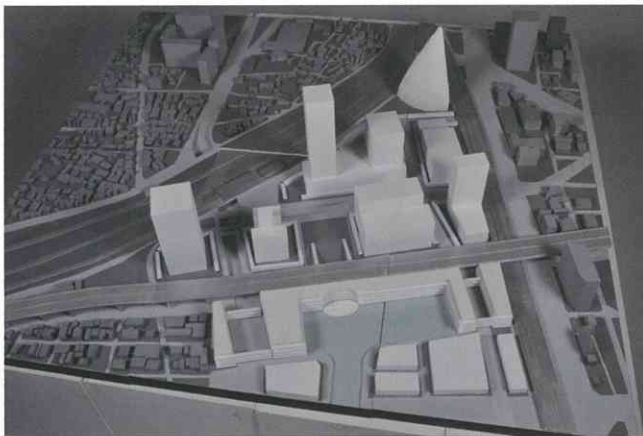
図9. 将来イメージ

くことは、開発に携わる事業者にとって大切なことの一つとなるだろう。

都市再開発は、さしせまった狭小な課題、例えば地区外からのアクセス・インフラをどうするといった課題の解決も必要だが、他方で常に全体の姿をイメージしながら、都市の総合的な視点からの開発戦略が必要不可欠である。総

合的な視点とは、街全体としての集客魅力を高める、継続的な事業性を形成しながら土地や建物の資産価値を向上させる、そして市民サービスという視点である。

そのためにも、常に全体の姿をイメージしながら課題解決にあたるというのが自明の姿であろう。そうした開発の姿というのは、模型に逐次反映され、時間の経過とともに次第に現実の姿に入れ替わってゆくのである。最終的には、ささしま24地区の完成系が模型で示されることになる。こ



模型制作：竹中淳、馬場智嘉、美野島聖也、横井一紘

図10. ささしま24地区の検討用模型



撮影：ささしまライブ24まちづくり協議会事務局

図11. プレゼンテーションの様子

のように都市再開発における図面や模型というものは、最初に概念的に表現され次第に完成系に向かうとする暫時的な性格を有している。建築図面のように完成系はこれだといったスタイルではない。そこが都市と建築のデザイン方法の違いである。

さらに、これまで各街区毎の開発計画において、事業者が行う開発部分については、過去に事業者サイドで制作された優れた模型もあると聞いているが、ささしま24地区全体をみてゆく模型がなかった。そこで私の研究室で1/500、1.6m×2.4mほどの大きさの、ささしま24地区のボリューム模型を制作し、今後の開発事業者間の検討に資するために、名古屋市及びまちづくり協議会に寄贈した。

5. まとめ

エリアマネジメントという方法は、街づくりから街育てという視点に変わり、開発の主体がこれまでの自治体系から民間企業等に移行した点が新しい。

街育てという点では、ささしま24地区は既に開発行為がなされつつあるのだから、まさに今回の提案における街育てという視点の採用は適切である。従前の街づくりだけでは、集客という面での戦略性は概念的であったが、エリアマネジメントの視点に立つことによって、より具体的な提案、例えば界限づくりといったソフトウェアが支配的な提案や、また現時点で集客面での可能性を持ちながら、これまで未計画であった新たな施設の提案といったように、現実に街が稼働してから必要とされる施設機能を提案できることは、戦略上有効な方法と言えるだろう。

他方で課題は、開発主体である民間企業がどれだけこの街育ての行為を認識し、実行に移せる組織体制と資金調達を行い得るかという点にある。それなくしては、単なる公共施設の民間委託にすぎなくなる。だからまさに民間企業の実行力が問われているわけだ。

開発の主体の変化では、その必要性を開発関係者が理解しながらも、その整備範囲が民間企業であるために、行い得なかった界限づくりといったソフトな提案も、ようやく実行性ある開発主体の顔が想定できるようになった。それだけ提案内容も従来の提案に比べて多角的に行い得るようになったと言えよう。

さらに、今回の構想提案は、娯楽という仮説を立てたら、どのようなコンプトとイメージが描けるかという試案である。今後この地区開発においても、複数に渡り、また事業段階に応じて、多くの計画提案がなされて、そして関係者間で検討されてゆくであろう。そうした議論と検討の結果として、この街の姿が最終的にどのようになるか、現時点ではわからない。ただ今の開発途中段階において、なにが必要かという点について、私たちの研究室なりに検討し提案したものである。こうした暫時的な進め方がこれからの都市再開発の事業の進め方でもあろう。

この構想提案は、架空の建築や都市のコンペティションといった性格ではなく、現実に都市再開発が進められている検討段階でのリアルな実践的提案の一つである。院生や学部たちにとっては、都市再開発の現場に関わったことは、教育的にも大変良い経験になったと思われる。

最後に、私の研究室の地域貢献活動としたことは、大学自体が地域貢献を大学の活動の一つをかかげているからである。今回は、これにそった研究室のボランティア活動であった。活動内容からすれば、相当に専門性を持った内容であり、通例ならばボランティアの枠組みを超えているが、こうした構想提案が契機の一つとなり、ささしま24地区が魅力ある街へと形成されれば、ボランティアをした意味もあるだろうと思われる。

謝辞

原稿執筆にあたり、まちづくり協議会事務局の名古屋市ささしまライブ24総合整備事務所のご協力を得ました。ありがとうございます。

注釈

1) 日本デザイン学会2000年年間作品賞、受賞者は、三上訓顯、北山孝雄、北山孝二郎、デボラ・サスマンの共同受賞。

2) 事業概要は以下の通り(平成23年4月時点)

■名古屋都市計画事業ささしまライブ24土地地区画整理事業
施工者：名古屋市、施行面積：22.1ha、施行期間：平成11年度～平成28年度、事業費：280億円、減歩率：42.77%(公共・保留地合算)、道路の整備：都市計画道路椿町線始め21路線、公園の整備：地区の中心部に一カ所(6,700㎡)

を配置。

■地区計画概要

土地の高度利用や快適で魅力ある都市空間の形成をめざし、平成16年2月にささしまライブ24地区計画を決定しました。対象面積：12.4ha、主要用途：一戸建て住宅、病院、店舗型性風俗特殊営業等の用途を禁止、最低敷地面積：3,000㎡、緑化目標を敷地面積の20%に設定、歩行者専用上空通路空間の整備。

■都市計画諸元

主な都市計画等：商業地域：(容積率500%、建ぺい率80%)等、防火地域等、駐車場整備地区(都心地域)、都市再生緊急整備地域(名古屋駅周辺・伏見・栄地域)、ささしまライブ24地区計画。

3) 構想提案の制作体制は以下のとおり。

統括：名古屋市立大学大学院芸術工学研究科教授三上訓顯、四国大学経済学部助教西口真也、名古屋市立大学大学院芸術工学研究科博士前期課程稲垣菜月、岐阜市立女子短期大学生活デザイン学科講師小川直茂、名古屋市立大学芸術工学部：竹中淳、馬場智嘉、美野島聖也、横井一紘。

4) ささしまライブ24まちづくり協議会第1回ワーキングは、2011年7月15日(金)10:00～11:45、名古屋市住宅都市局金山復興資料倉庫3階会議室。

ささしまライブ24まちづくり協議会第4回ワーキングは、平成23年10月14日(金)13時より16時30分、JICA中部なごや地球ひろば、セミナールームA。

5) 成果品：本報告書：名古屋市立大学大学院芸術工学研究科三上訓顯研究室：エリアマネジメントのあり方について、2011.10.14、p1-p32及び検討用模型1/500。

6) 国土交通省土地・水資源局：エリアマネジメント推進マニュアル、平成20年3月、pdf版。

7) 名古屋の吉本興行の概要はwikipediaによれば次のとおり。よしもとクリエイティブ・エージェンシー東海支社は、よしもとクリエイティブ・エージェンシーが名古屋市中区に構える事務所。2007年9月30日まで吉本興業東海支社であったが、同年10月1日に吉本興業の持株会社化に伴い、新設子会社の同社に移行した。略称は、かつては名古屋吉本(なごやよしもと)だったが、2005年夏頃からは吉本東海(よしもととうかい)となる。事務所は中区栄5-1-32にある「久

屋ワイエスビル」の6階。過去に専用の劇場(広小路小劇場→栄3丁目劇場と変遷)があったが、2005年7月に閉館した。

8) 三上訓顯：環境デザインのイメージングについて、イメージーションを具現化してゆく方法、芸術工学への誘い11、岐阜新聞社、p273-309 2007。

9) 三上訓顯：都市拠点整備におけるコンセプトの成立背景について-金山北地区開発呼称：アスナル金山の構想提案を事例とする、芸術工学への誘い9、p68-98、岐阜新聞社、2005。

10) 事業コンペティションは経営計画と建設計画の2側面の提案をすることを、報告書に盛り込んだ。最初に健全な施設の経営計画が実現できるか、ついで経営にふさわしい建築が実現できるかとする視点とである。都市再開発事業では、東京湾臨海部副都心事業をはじめ、通例行われているコンペティション方法である。