

高度成長期下の都市計画と まちづくりの現在

新潟県村上市「町屋の人形さま巡り」に見る
家屋空間の再編成と公共性

Urban Planning and Urban Development in the High-growth Period :
Reorganization and Community of House Space as Seen in
"Machiya Tour of Dolls" in Murakami City, Niigata Prefecture

矢野敬一

YANO Keiichi

はじめに

①高度成長期以降の商店街近代化政策と村上

②町屋を活用した村上のまちづくりの始動

③増殖する人形と町屋の空間

④開かれた公共的空間としての町屋へ

おわりに

【論文要旨】

高度成長期以降、中小小売業では近代化政策が推し進められていった。商店街地域を改造して街ぐるみの近代化を図ることによって、商業の振興だけでなく都市整備も図ろうとするのが眼目である。そうした政策を貫くのは商業の効率性、合理性を高めようとする論理である。新潟県村上市での商業政策もこうした路線に即したものであり、その近代化事業は街路事業と深くかかわっていた。自動車社会を見越し、道路拡幅によって商店街の近代化を図るべく期待が寄せられていく。そうした中で近年、ようやく市内中心部の商店街を貫く都市計画道路の計画実現へと事態が動く。しかし道路拡幅は一方では道路に面した数多くの町屋の破壊をも意味していた。そこで道路拡幅をせずに、町屋を活用してまちづくりを図ろうという主張が打ち出された。そのために町屋の魅力をアピールするイベント、町屋の人形さま巡りが立ち上げられた。訪れる者に商店の内部空間を開放し、茶の間に展示した数多くの人形や道具類を見てもらうのがその趣旨である。具体的にその展示の様相を見ると、数多くの人形や道具類が所狭しとばかり、室内に飾られていることが大きな特徴である。その展示は審美性を重視し、スペクタクル性や見て楽しむ遊戯性が感じられるという点で、効率重視の高度成長期的な価値観とは異なる。人形が展示されている茶の間とその周辺の通り土間を他者との関わりという観点からみると、過去と現在とは大きな違いがある。商売の場とはいえ、主に面識ある者への接客中心だったかつてと異なり、市外からも訪れる幅広い客層を迎えてふれあい交流する場として、現在では活用されるように変化した。公と私との中間領域としての性格を活かし、より開かれた空間としての利用が図られているのだ。町屋の人形さま巡りは、新たな公共性に向けた回路として作動しているわけである。高度成長期の論理とは異なる、コミュニティの再生を目指すまちづくりの論理がここには見出せる。

【キーワード】 町屋、家屋空間、まちづくり、公共性、都市計画