

第2節 あす、ヨコハマは、

都市アメニティの創造

—ヒューマンタッチな演出

まちが生活のかおりをうしなつたときに、私のまちという思いもうしなわれていく。ちよつとした路地裏に、こじんまりとした原っぱに、ヒューマンな暖かさを感じる

効率性の追求がもたらしたものの

昭和35年から始まった高度経済成長は、大量生産方式により、豊富なモノを供給してきた。大量消費がそれを支え、つかいすての風潮も経済成長の論理のもとに肯定された。

都市は、生産にマッチした土地利用を強いられ、街づくりでもつかいすての論理のもとに歴史のなものをこわし、歴史にのこらないものをつくり続けた。河川は、都市の安全という唯一の目的のもとに、子どもたちから遊び場としての空間をうばい、道路は歩行者のためではなく、自動車のためにつくられた。都市は、人間不在の空間を次つぎに生みだしていった。

東京の教訓
東京は、GNPの生産性をあげるといふ点では世界でもっとも効率的な都市であるといえる。高勝を続ける地価は、単位当たりの土地生産性を最大値にもっていくことを要求する。その結果、建物はますます高層化し、巨大な都市の

構造物として、人間の視覚におおいかぶさるよ
うにのしかかる。ささやかな広場も、あつとい
う間に業務ビルに変わり、コンクリートジャン
グルのなかに人びとがひしめきあっている。
また、土地利用も高地価を負担できる業種に
限定され、生活に必要な機能が東京のなから
排除されつつある。
人間の尺度をこえた都市、生活のおおいをう
しなつた都市、もはや、東京だけが直面してい
る問題ではないともいえる。

都市アメニティを買う
人びとは住み、はたらく、学び、遊ぶ場とし
ての都市にアメニティ（快適性）を求めている。

都市環境の幾多の保全手法も、今や、経済的
効率性のまえにその効果が弱まりつつあり、ア
メニティは保全から創造の時代にはいったとい
える。創造の時代は、水や緑、広場、歴史的資
産、景観など、アメニティの構成要素に経済的
価値を認めていくことにほかならない。

緑、景観、歴史的資産は、もはや、あるがま
まに存在するのではなく、ほかのものと同じよ
うに、対価をはらって購入していかなければな
らない。このことは、アメニティの喪失にたい
しても、大きな対価が要求されることを意味す



東京の高層ビル群…高層ビルが経済の原則を貫徹して建ち並ぶ都市、それは私たちに息をつかせない景観で迫ってくる

都市アメニティと地域

都市は、さまざまな市民が生活する舞台である。人びとの生活は衣食住をはじめ文化、福祉など多様な活動そのものであり、それは住む空間としての「地域」を中心にくりひろげられる。そうした意味で、市民のアメニティ・ニーズは



魅力ある生活道路(写真上)…みち、それは人々の生活の中で生きてきた。そして、また、それは人々の心のふれあいの場でもあった

夜を演出するライトアップ(写真右)… 時間とともに変わりゆく都市の表情、夜空に映しだされるシルエットは、私たちの5感に訴える



可能ながきり、地域のなかで充足していかねばならない。子どもたちは、冒険や創造の体験ができる生活空間を求めている。高齢者や障害者は、だれもが安心して、自由に行動でき、楽しむことができるまちを求めている。

国際化の進展にともなって急増する外国人は、

日常生活のなかで、外国人にたいするホスピタリティ(もてなし)を高める方策を求めている。

主役たちが求めている生活全般にわたるアメニティ・ニーズは地域を変え、都市を変えていくだろう。市民のだけれどもが私たちのまち、私たちの横浜と呼べるまちづくりが今、求められている。

■土地利用面積

貴重な都市空間としての農地、山林は、経済というどてつもない力によって減少し続けている。

