

令和 5 年 6 月 28 日現在

機関番号：32504

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2017～2022

課題番号：17K02144

研究課題名（和文）文化的消費主導の都市計画論：グローバル都市におけるエンクレイブの役割と意義

研究課題名（英文）Approaches to Urban Planning Driven by Cultural Consumption: The Roles and Significance of Enclaves in Global Cities

研究代表者

榎戸 敬介 (Enokido, Keisuke)

千葉商科大学・政策情報学部・教授

研究者番号：60433091

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 3,600,000円

研究成果の概要（和文）：本研究は、文化的消費がグローバル都市の変容に重要な関わりを持つとの認識にもとづき、観光やイベントなどの文化的消費活動を包含するエンクレイブと称される都市空間の形成と計画および実態について国内外の事例調査により明らかにする。中でもカナダ・モントリオール市の都市更新プロジェクト‘Quartier des Spectacles’をエンクレイブのプロトタイプとして確認し、公共空間の再デザイン、地区のマネジメント体制、国際的なプロモーションがエンクレイブ成立の重要要件であることを明らかにする。また、文化的消費エンクレイブの形成においては、ジェントリフィケーションへの配慮が重要な課題であることを指摘する。

研究成果の学術的意義や社会的意義

都市と観光の関係は、観光学においても都市計画学においても探求が遅れているテーマであり、特に大都市中心部と観光の関係については学術的研究が極めて少ない。本研究は、グローバル都市として分類される大都市の中心部における文化的消費エンクレイブ形成に焦点をあてることで、観光と都市計画の学際的な研究が可能であることを示す。また、グローバル都市においては都市間競争が喫緊の政策課題として位置づけられているが、本研究は、文化的消費空間としての公共空間の形態デザインだけでなく、アートやエンターテインメント体験のマネジメントの重要性を示すことで、都市間競争の政策づくりに新たな知見を提供する。

研究成果の概要（英文）：This study examines case studies from Tokyo and abroad to clarify key planning issues affecting the formation of urban tourism spaces that enable cultural consumption. Focusing on the concept of ‘enclave,’ it explores the Quartier des Spectacles in Montrél as a cultural consumption enclave prototype. It argues that the careful redesign and management of public spaces and their international promotion are essential prerequisites for the successful development and function of tourism enclaves. This study further concludes that planners should pay serious attention to gentrification as a critical issue in the formation of such vibrant enclaves.

研究分野：都市計画、都市デザイン、アーバニズム、都市観光

キーワード：グローバル都市 都市の変容 都市間競争 公共空間デザイン 文化的消費 観光エンクレイブ イベント都市 モントリオール

科研費による研究は、研究者の自覚と責任において実施するものです。そのため、研究の実施や研究成果の公表等については、国の要請等に基づくものではなく、その研究成果に関する見解や責任は、研究者個人に帰属します。

1. 研究開始当初の背景

21世紀初頭から国際観光客数が急激に増大する中で、観光は都市をどのように変えるのか、また、都市は新たな課題としての観光にどのように対応するべきか、という観光と都市のあり方が世界のグローバル都市にとって重要な政策的課題となった。しかし、都市と観光のダイナミックな関係は観光学においても都市計画学においても比較的取り組みが遅れている研究テーマであった。そのような学問的状况の中で、限定的ではあるが、海外のグローバル都市において観光も含めた‘文化的消費’を取り込む都市再構築のプロセスやメカニズムについての報告がなされるようになり、都市内にできた飛び地のように周囲とは異なる排他的な空間を意味する Enclave (エンクレイブ) の形成が、ハイエンドの文化的消費を促進するメカニズムであり、観光と都市の新たな結びつきを示す現象であるとの示唆を得た。しかし、先行研究では文化的消費のエンクレイブ空間についてはイメージとして扱われていても実態的には解明されておらず、したがって計画対象としての理解も十分には進んでいなかった。本研究は、このエンクレイブに着目し、その内部および外部との関係性を把握することで、観光のより強い影響を受けて進行する都市変容についての理解を深めることができると判断し研究を進めた。

2. 研究の目的

本研究の目的は、エンクレイブの概念を使い、文化的消費としての観光を促進する土地利用・空間デザインおよび都市政策・計画の特性を明らかにし、グローバル都市中心部の再生や更新の課題として文化的消費の理解が重要であること、そして文化的消費と結びつく空間形成に必要なデザイン・計画上の課題を実証的に示すことを目的とする。本研究ではグローバル都市間競争の中で関心を集める公共空間に焦点をあて、以下の課題について実証的に明らかにする。

1) 都市エンクレイブの空間的広がりや空間特性について

エンクレイブは周囲と遮断あるいは明確に区別されるイメージや機能を持つことにより存在する空間である。本研究は、その空間的広がり、そこでの活動のタイプ、隣接地区との空間的関係性(断絶あるいは融合)について、都市計画プロジェクトとして整備が進む地区を特定したうえで明らかにする。

2) エンクレイブの空間構成について

具体的な整備地区におけるエンクレイブの空間構成の特性を、建築物のデザインや用途と象徴性、公共空間と私有空間の関係性と景観デザイン、文化的消費を促進するためのインフラストラクチャーなど、多様な空間構成要素から明らかにする。

3) エンクレイブの演出について

エンクレイブは文化的消費の場として外部に対しアピールすることにより競争力を発揮する。その中心的メカニズムとして、空間イメージの構築と演出について具体的な地区単位で明らかにする。特に、象徴的な空間づくり、都市イメージのコミュニケーション手段、イメージ構築の主体について明らかにする。

4) エンクレイブ形成のプロセスとメカニズムについて

エンクレイブは、政治・経済・社会的要素の相互作用の結果としての動的な空間であり、各地区においてその実態を明らかにする。特に、計画および管理運営主体と主体間の関係、各主体の期待やニーズについて明らかにする。

3. 研究の方法

本研究は複数事例研究であり、主に、文献調査、フィールドワーク、インタビューを通して情報収集を行った。

1) 文献調査

本研究が対象とする文化的消費のエンクレイブは海外で概念化された空間であることから、書籍や電子ジャーナル、政策・計画文書など英語文献を中心とする外国語文献の収集とレビューを行った。文献探索にあたっては、urban/city tourism、cultural planning、cultural consumption、urban transformation、metropolitan planning、global intercity competition など、観光政策・計画、都市文化および都市政策・計画に関連するキーワードを中心に幅広い文献調査を行った。

2) フィールドワーク

フィールドワークは、エンクレイブの実態について即地的に理解するために必要な情報収集の手法である。自身で行う単独でのフィールドワークに加え、モンリオール市では専門家の案内での調査も行い、エンクレイブを理解するための貴重な現場情報を入手した。フィールドワークでは、公共空間を中心とする写真と動画の画像情報や関連文献の収集だけではなく、現地専門家とのコンタクト確立により継続的な情報収集の体制づくりを行った。しかし、予定していたモンリオール他の海外フィールドワークがコロナ禍のために完了せず、現地情報の入手が限定的となった。

3) インタビュー

インタビューは、エンクレイブの形成に関与する都市再開発の実務家および都市・観光研究者などをキー・インフォーマントとして、主にセミ・ストラクチャード形式により情報収集を行った。また、海外でのインタビューにおいては可能な場合には録音し、文字おこしを行って情報を確認し記録した。可能な限り多様なステークホルダーから情報収集を行うために、海外ではスノーボール・サンプリングも実施した。

4. 研究成果

本研究の主な成果は以下のとおりである。

1) 都市エンクレイブの空間的広がりや空間特性について

本研究の最も重要な研究成果は、カナダ・モンリオール市でのフィールドワークにおける都市更新プロジェクト‘Quartier des Spectacles (QDS)’を、文化的消費を中心とするエンクレイブ研究を進めるためのプロトタイプとして確認したことである。QDS では、公共空間と民間敷地を含めて一体的かつ体系的な空間の再計画がなされ、また空間全体において多様なアートやエンターテインメントイベントが開催されており、市民および国内外から

の観光者を惹きつけるグローバル観光空間が確立されている。しかし、比較的歴史の浅い再開発であり、またモントリオールというフランス語圏でのプロジェクトでもあることから英語による情報発信が限定的であり、そのユニークな取り組みにもかかわらず学術的研究の対象としては見過ごされていることを確認した。

2) エンクレイブの空間構成について

プロトタイプとしての QDS では、道路や公園、広場など多様な公共空間の創出および再配置、再デザインを中心に、文化的消費を促進するための包括的な空間構成がなされており、さらに、公共空間と個別の敷地（私有・公有）利用の組み合わせによりエンクレイブ形成がなされていることを確認した。東京中心部では、大手町・丸の内・有楽町地区の他、日本橋地区、新宿西口地区、渋谷駅周辺地区での再開発プロジェクトにおいて文化的消費のエンクレイブ形成の傾向が見られる。これらの都市においては、オフィスタワー群によるグローバルスタンダードとも言えるビジネス空間の創出と、その地区固有の歴史や文化の商業的な再提示が文化的消費エンクレイブの形成を促進していることが示されている。ここでは、画一的なグローバル都市の景観形成に対し、他地区に対する独自性、特異性としての地区固有の小規模な空間の保存・保全とマネジメントが課題である。

なお、QDS の独自性は、アートやエンターテインメントを支える新しい都市インフラストラクチャーにも特徴づけられる。特に地区内の中心的な広場は、コンサートやイベント実施を容易にする電源ケーブルの地下配線や多数の屋外コンセントの配置、多機能の屋外照明塔、稼働型のストリートファニチャーなど斬新な試みにより特徴づけられ、きめ細かくまた包括的な文化的消費の空間整備がエンクレイブ空間を成立させていることを確認した。

3) エンクレイブの演出について

文化的消費エンクレイブは都市のイメージ再構築に重要な役割を果たす。QDS では、北米有数の娯楽地区としての歴史を暗示する赤色の水玉模様を基調とするロゴデザインが地区内各所で示されており、独特の歴史性を演出するものとなっている。

さらに、QDS 全体のイメージ形成が戦略的に取り組まれているのが特徴的である。テーマパークのように統一的なテーマ設定を行った上での地区イメージの演出は QDS では見られないが、個々のイベント空間としての各種要素の整備に加え、継続的な地区全体のイメージ形成とその発信によるイメージデザインがなされている。QDS ではそのためのマネジメント主体としてアーティストやメディア関係者を含めた非営利組織(The Quartier des Spectacles Partnership)が設置され、地区運営の業務に携わっている。QDS を基準において東京での対象地区をみると、イメージ形成は商業施設単体のレベルにとどまっており、公共空間を積極的に組み込むものではない。

4) エンクレイブ形成のプロセスとメカニズムについて

QDS はモントリオール市のマスタープランに定義される行政上の計画単位であり、その形成には同市の政治的要因が大きく影響していることを確認した。最も重要な点は、自治体首長である同市市長のイニシアティブにより QDS 創設のプロセスが始まったことである。そのイニシアティブを可能にしたものは、既存のアート・エンターテインメント系の非営利組織による文化地区再開発の提案である。その提案を共有するかたちで地域の多様な文化コミュニティ・グループが参加し、自治体との利害調整がなされ、QDS が政策的に承認さ

れることとなった。現在、QDSの公共空間の管理・運営およびイベント企画・運営の重要な主体は上述のQDSPと呼ばれる非営利組織であるが、同組織には地域のアーティストやメディアも専従職員として参加しており、QDSという文化的消費エンクレイブの継続的な発展と管理・運営において、アート・エンターテインメントに関する地域レベルでの理解と利害調整、合意形成が必要であることを確認した。

東京中心部においては、行政および民間（地権者、不動産開発者）が都市の国際競争力という概念を共有し、都市再生緊急整備地域という制度的枠組みの中で各種の再開発プロジェクトを先導しており、民間主導の不動産収益を追求する中での文化的消費エンクレイブの形成となっていることが特徴的である。このように、エンクレイブ形成のプロセスとメカニズム形成においては、アート・エンターテインメント空間形成を主導する主体だけでなく、空間の日常的な利用・管理・運営・企画を実行できる主体の実質的な関わりが不可欠であることを確認した。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計2件（うち査読付論文 0件/うち国際共著 0件/うちオープンアクセス 2件）

1. 著者名 榎戸敬介	4. 巻 56
2. 論文標題 エンターテインメントによる都心部再生の試み モントリオール 'Le Quartier des spectacles' に関する事例研究	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 千葉商大論叢	6. 最初と最後の頁 171, 184
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 榎戸敬介	4. 巻 55(2)
2. 論文標題 視覚的消費をとおした都市再開発 - 東京駅周辺地区のり・デザイン	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 千葉商大紀要	6. 最初と最後の頁 15, 26
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

〔学会発表〕 計1件（うち招待講演 0件/うち国際学会 1件）

1. 発表者名 Keisuke Enokido
2. 発表標題 Reinventing Urban Space for Consumption in Tokyo's Central Business District: The Role of Urban Planning for the Tourismification of the City
3. 学会等名 2nd International Conference of Critical Tourism Studies Asia Pacific (国際学会)
4. 発表年 2020年

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

榎戸敬介(2023)『第1章 都市のレジリエンスと公共空間：北米の都市計画・デザインの新たな課題』国府台経済研究 第32巻第1号 pp.11-30.

6. 研究組織

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
--	---------------------------	-----------------------	----

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------