

ジェントリフィケーションの視点にみる 「アイコン的建築物」の将来性

[誘導展開型]

慶應義塾大学経済学部4年：福田 為悠能

指導教員：長田 進

本稿では、これまでは一つの文脈で論じられることのなかった社会的事象であるジェントリフィケーションと建築論の文脈で分析が行われて来た「アイコン的建築物(Jencks, 2005)」を統合させる試みを行う。また本稿の目的は、グローバリゼーションの拡大とともに増加したアイコン的建築物が、間接的にジェントリフィケーションを誘発させる役割を担っていることを指摘するとともに、ジェントリフィケーションに対する分析の観点から、グローバリゼーション下の都市におけるアイコン的建築物の将来性について展望することである。

「ジェントリフィケーション(Gentrification)」とは衰退した都市中心域、すなわちインナーシティにおける再開発に関連する事象である。その定義に関しては様々な研究者によって議論がなされており一概的な定義を述べることは困難であるものの、基本的には衰退したインナーシティにより裕福な階級が流入することによって街区が高級化し、一方でそれまで居住していた階級がその地域から転出を余儀なくされる(=ディスプレイスメント)現象のことを指す。

ジェントリフィケーションの現象過程において建築物は重要な役割を果たす。なぜならばジェントリフィケーションによる街区の高級化は、古びて資産価値を失った建築物の修繕、あるいは衰退した地域における目新しい構造物の建築が大きく関係しているからである。

ジェントリフィケーションと建築物に関して、経済のグローバリゼーションの普遍化がその関係をより一層密接なものへと変化させている。ジェントリフィケーションについて言及すれば、インナーシティにおけるローカルな現象に過ぎなかったジェントリフィケーションは、一地域内で帰結するにとどまらず、グローバルなレベルにまで地理的な拡大をみせたのである。その過程は住宅からオフィスにいた

るまであらゆるものが都市経済へと統合されており、そのみならずグローバル経済にも統合され、あらゆる都市で一般化している (Smith, 2002)。現象が一般化する過程で、ジェントリフィケーションは市場の自由と政府機能の最小化を標榜するネオリベリズムを教義の中心に据える都市政策の枠組みに組み入れられ、政策立案者はグローバリゼーションと不可避の都市間競争に対応すべく「肯定的な (Cameron, 2003)」ジェントリフィケーションの誘発を志向するようになった。

一方で建築の分野においても、グローバリゼーションの拡大は「アイコン的建築物 (Jencks, 2005)」と呼ばれる斬新で特異な構造物をこのわずか十数年の間に増加させた。グローバリゼーションの拡大によって、流動資本を引き付ける競争力を維持し続けることが不可避の課題となった都市にとって、「没個性化 (Relph, 1976)」した都市に差異をもたらし、資本獲得に間接的に寄与するアイコン的建築物の建設は、都市の政策立案者にとって魅力的となっている。特にスペイン・ビルバオにおけるビルバオ・グッゲンハイム美術館の建設を中心とした都市再活性化モデルの成功は、アイコン的建築物を増加させる契機ともなった。

アイコン的建築物は間接的にジェントリフィケーションを誘発させる役割を担う。しかしながら、その現象は政策立案者が予想するような「肯定的な」ジェントリフィケーションではない。それは、ジェントリフィケーションの基本的性格にも規定されるような、都市中心部からの労働者階級のディスプレイメントを含有している。

アイコン的建築物を用いた都市再活性化モデルにおいてはさらなる重要な問題が提起される。それは即ちアイコン的建築物が間接的に都市再活性化に与える影響は短期的なものでしかなく、都市には「アイコン」を反復的に生産し、新たなる都市再活性化政策を継続的に施策し続ける必然性が突きつけられていることである。またたとえアイコン的建築物を再生産としても、それらが都市へ過密することによって個々の「アイコン」としての役割は逡減してしまうがゆえに、都市のアイデンティティを喪失させるという結果しかもたらすことができない。

上述の現状を踏まえつつ、本稿の結語部分ではアイコン的建築物の再生産は「装飾された小屋 (Venturi, Scott and Izenour, 1972)」の再増殖に過ぎず、「肯定的な」ジェントリフィケーションを誘発することは不可能であり、ただ都市を不均衡に発展させ、ディスプレイメントをはじめとするジェントリフィケーションの負の側面を表出させるのみであることを論じる。