

縮小都市トリノ

—都市構造の転換と文化的景観の変貌—

矢 作 弘

A Shrinking City, Turin: Transformation of Urban Structure and the Changing Cultural Landscapes

ABSTRACT

Turin which had been the one company town of Fiat for longtime became a shrinking city decreasing the population after Fiat facing to global competition fell in business difficulties. The city image of Turin has dropped with severe labor struggles and conflicts between races. Turin people have also lost its trust toward to the city government with lots of corruption cases.

In 1990s decentralization policies were developed in Italy, and direct-elected mayors were born in Turin. Three direct-elected mayors after 1993 have devoted themselves to making structures of co-working and alliance governances among stakeholders, setting up the Strategic Plans, transforming urban structure (the Spina Centrale), and growing new urban industries. At the same time Turin has initiated international events to city-brand the Changing Turin.

Reading the meaning of these movements appearing on the city cultural landscapes is the object of this paper.

Keyword

City Branding, Strategic Plan, Urban Regeneration, Shrinking City

目 次

- I. 甦るトリノ
 - 1. トリノをブランディングするキーワード
 - 2. 変わるトリノの政治、経済空間
 - 3. 「変貌するトリノ」をアピールする国際イベントシリーズ
- II. 可視的な文化景観の変貌——フィアットタウンから脱フィアットへ
 - 1. フィアットイズムの文化的景観
 - 2. 変貌する文化的景観—車を排除し、生活空間を取り戻す
 - 3. Spina Centrale—都市構造のコベルニクスの転換
- III. イベントの連続開催—トリノを再ブランディングする
 - 1. 150 年祝賀フェア
 - 2. ブックフェア、映画祭、国際建築会議・・・「文化都市トリノ」を訴える
- IV. Always on the Move
 - 1. トリノ再生の真の作家は見えにくい
 - 2. メガイヴェント都市トリノ
 - 3. 変わる外の眼のトリノ評価

I. 甦るトリノ

1. トリノをブランディングするキーワード

トリノ国際空港の荷物引き取りラウンジで見た壁面広告は、「変貌するトリノ」を理解するのに興味深いものだった¹⁾。壁面広告は、Welcome to Turin (「トリノに歓迎」)と書き、その後に9つのキーワードを並べていた。「文化、革新、チョコレート、歴史、芸術、ナイトライフ、映画、味覚、ショッピング」である。

広告主は、トリノ市、空港当局、畜農産品加工団体である。訪問者が「トリノ」と聞いた時に、広告主が連想して欲しいと考えている、トリノをブランディングするキーワードである。21世紀のトリノ経済を牽引するのは、これらのキーワードにつながる産業である、という顕示である。文化関連産業であり、ツーリズムであり、高付加価値のフードビジネス、そしてハイテク産業（航空・宇宙産業、IT系、デザイン）である²⁾。

トリノは、フィアット（Fiat = 工場、イタリア、

自動車、トリノの頭文字)の町である。「イタリアのデトロイト」と呼称される³⁾。

ところが、空港の壁面広告は、自動車をトリノの誇る産業として取り上げていない。「(自動車に代表される重厚長大型の)ふるい産業都市」のイメージを脱ぎ捨て、「文化観光、及び高付加価値産業都市」をアピールする風景である。最近の観光ガイドブックも、「トリノが発明したものはフィアットだけではない。ふるくは固形チョコレート、延長18kmに及ぶ柱廊アーケード、最近是世界最初のスローフード専門のスーパーマーケット」と記述し、トリノの歴史と文化性を強調している⁴⁾。

都市景観は、時代の主要な文化的産物である。大建築には、時の権力や権威の思惟があからさまに表現されている。一方、バナキュラーな風景——都市の暮らしが日々営まれている場所は、本来、通俗的、あるいは平凡で、その利用形態は時々刻々変化している。そのため、その社会的、政治的意味は、多くの場合、直ちに明らかではないが⁵⁾、それでもなお、そこには時代の意思が埋め込まれている。それを読み解くのが文化的景観論(cultural landscapes)である。

社会インフラや建築などの物的な景観に止まらない。イヴェントなどの暫定的な時空間や、キャンペーンなどの情報空間も、時代の文化的産物である。文化的景観には、それぞれの都市がなにを欲し、何処に向かおうとしているのか、その意思が映し出されている。また、しばしば文化的景観には、その都市の、隠された意外な顔があぶり出されている。

黙然、空港で眼にした壁面広告であったが、並べられた9つのキーワードの裏面でトリノが、「トリノはもはや、フィアットのワン・カンパニー・タウン(企業城下町)ではない!」と叫ぶのが聞こえるようであった。「フォーディズムのトリノ」から「ポストフォーディズムのトリノ」へ——技術革新、文化的創造産業、ハイテク産業が先導する「シュンペーター主義的トリノ」への転換を象徴するメッセージであった。

2. 変わるトリノの政治、経済空間

トリノの20世紀は、フィアットのワン・カンパニー・タウンであった。自動車部品のサプライヤーや商用客を泊めるホテルまで、フィアットがあつての商売であった。グローバル競争に曝され、フィアットが経営不安に陥ったのは、1970年代後半である。同じ時期に、トリノは、労働争議、大量流入した移民と既住民の軋轢、そして都市騒乱の時代を過ごした。1980年には、4万人のデモ行進「サイレントマーチ(静かな行進)」があった。

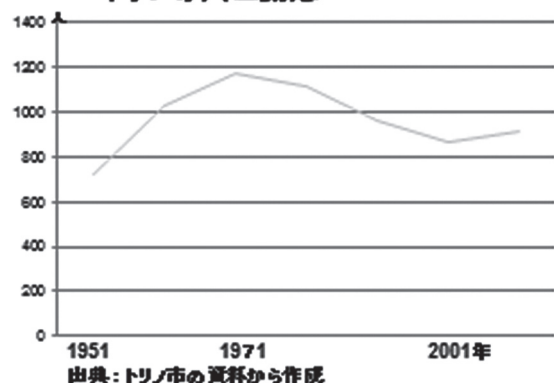
以来、トリノは、右肩下がり人口を減らす縮小

都市になった。1975年前後に120万人弱だった市人口は、2000年には86万人前後まで減少した⁶⁾。フィアットは、生産現場をイタリア南部や南アメリカに移転した。トリノにあった大規模工場は、再編、縮小された⁷⁾。1990年には、トリノの3工場がフィアット全体の60%の自動車を生産していたが、2002年には30%に減った⁸⁾。関連企業も工場閉鎖に追い込まれた。市内各地にプランフィールド(工場や倉庫の跡地)が出現し、その面積は600万㎡に達した。

左派連合の市政治は、経済社会の悪化に無策であった。トリノ市政は、「フィアットに良いことはトリノに良く、トリノに良いことはフィアットに良い」の、何事もフィアットあつてのレッセフェールを伝統としていた⁹⁾。フィアットが市政に絶大な影響力を行使していた。市内最大規模の雇用を誇示し、傘下に大銀行、市内で最も重要な新聞社、加えて人気のサッカーチームを抱えていた。社会的、文化的に、そしてスポーツ、あるいは従業員年金基金などあらゆるネットワークを使って市政に介入した(徹底したフォーディズム)。政党は、実際のところ隅に追いやられていた¹⁰⁾。一方、汚職スキャンダルが繰り返された。市政に対する市民の信頼は、まったく失墜していた。

トリノ市政は、他のイタリア都市と同じく、市議会の多数党が市長を選ぶ議院内閣制であった。イタリアでは、1990年代に地方分権の取り組みがはじまった。トリノでも1993年に、市民が市長を直接選挙するようになった。直接選挙で選ばれた初代のV.カステラーニ市長以降、現在の市長が3代目である。3代の市長が尽力した「トリノ再生」は、1)産業活動優先の都市構造を、生活優先に転換すること、換言すれば、暮らしの空間/仕事の空間の質(Quality of Life / Quality of Working)の向上を目指すこと、2)21世紀のトリノを先導する新しい都市型産業を育成すること、3)それを実現するために、トリノのステークホルダー(企業、大学、基金、市民組織などの利害関係者)の間に協働の空間を構築すること、4)同時に、トリノ都市圏内にある都市政府間に、連携を

トリノの人口動態



模索すること——であった¹¹⁾（ポストフォーディズムへの転換）。

これらの施策が功を奏し、トリノの人口は、21世紀を迎えたところから増加に転じた¹²⁾。各種の経済、社会指標、海外メディアが報じるトリノの都市イメージも、そのころから改善した。観光客も増えている¹³⁾。まち歩きをすると、再生し、「変貌するトリノ」を印象付ける都市景観にしばしば遭遇するようになった。

3. 「変貌するトリノ」をアピールする国際イベントシリーズ

カステラーニ市長以降のトリノ市政は、産官学の協働の空間を構築し、都市間連携を模索し、その交差する空間に新たなガヴァナンスの枠組みをつくり上げることを目指してきた（ステークホルダー間の協力と調整を基盤に、ポストフォーディズム都市経営の実現を目指した動き）。新しいガヴァナンスを軌道に乗せることを通し、失墜した市政府（ガヴァメント）に対する市民の信頼を取り戻す——そのための努力（政策）であった。そこでは、ガヴァナンスとガヴァメントを対立概念として捉えるのではなく、ガヴァナンスを、ガヴァメントが正統性を得るための代替的な協働の枠組みとして扱っている¹⁴⁾。

トリノは過去20年弱の間に、ダイナミックな都市構造の転換で成果を出してきた。その象徴的なプロジェクトが、産業優先の空間構造を、生活重視+都

市型新産業（文化関連産業、ツーリズム、高付加価値のフードビジネス、ハイテク産業）の都市に、構造転換する都市再生プログラム Spina Centrale I、II、III、IVである。界限では、都市構造のコペルニクス的な転換が進展している。転換の推進力になってきたのは、EU（欧州共同体）を含む産官学の協働、連携（新しいガヴァナンス）である。

都市をブランディングすることには、1) その都市のアイデンティティを対外的にアピールする、2) 都市市民が自分たちの暮らす都市を再定義し、目指す方向性を再確認し、「わが町」に対する帰属意識を育てる——のふたつの役割がある。イベントは、都市ブランディング政策の主要な一機能である。トリノは、都市構造の転換に傾注しながら、同時に、冬季オリンピックを含めて国際イベントを連続して開催してきた。これらの国際イベントは、いずれも歴史都市トリノ、文化的資源に恵まれたトリノ、豊かな食文化のトリノ——を喧伝し、「変貌するトリノ」を内外に浸透させるねらいがあった。「ふるい産業都市」の、灰色の、霧のかかった町（未来の見通しがない都市）のイメージを払拭するイベントであった¹⁵⁾。



出典：Torino City Report (2007) p.25

用地面積：

Spina I 142000 m²

Spina II 133080 m²

Spina III 1017700 m²

Spina IV 149953 m²

Lingotto 1241320 m²

出典：トリノ市

II. 可視的な文化景観の変貌 ——フィアットタウンから脱フィアットへ

1. フィアットイズムの文化的景観

トリノの中心街区の第一印象は、車の洪水であった。市内の道路は、ほぼ間違いなく両側が路上駐車場になっている。主要道路につながる3車線の生活道路も、両側は駐車場。中央の1車線は、一方通行である。中央分離帯の植栽を潰し、ガソリンスタンドに使っているところもある。プラザ（広場）は、満杯の青空駐車場である。車が我が物顔でトリノのまちを占拠している¹⁶⁾。

中央駅（「新駅」という名前だが、ボザール風の豪華な石造り建築）から北北東に、ローマ大通りが聖カルロ広場まで走っている。パリやミラノの有名ブランドショップが outlet している。広場の玄関には、聖カルロ教会と聖クリスティーナ教会が並び建っている。直接選挙で選ばれた初代のカステラーニ市長は、「聖カルロ広場は「トリノのリビングルーム」です。市民の暮らしに深く根付いていた。ところが、私が市長に選ばれたころは（1990年代半ば）、青空駐車場になって車が占拠していた」と話していた¹⁷⁾。

J. ジェイコブズは、鉄道線路が障壁の典型的な事例であり、都市を分断し、沿線に大規模単一用途の恐るべき真空地帯をつくり出す、と書いている¹⁸⁾。人々の持続的な混ざり合いを遮断し、もっぱら都市の活力を削ぐ方向に機能する、というのである。

トリノを南北に走る鉄道線路は、市域をまっぴたつに分断していた。ジェイコブズが描いたマイナスの機能を、完全に具現していた。鉄道線路沿には、フィアットや、その関連企業の大規模工場が連坦して開発された。貨車や、通勤の労働者が、工場に簡単にアクセスできることを最優先した、単一用途の空間デザインになっていた。産業活動を第一に考えたフォードイズムの都市構造であった。Spina Centrale プロジェクト資料集に、背丈の高いコンクリート壁が鉄道線路の両側をはるか彼方まで延び、真っ黒い煙を吐きながら走り寄る蒸気機関車を撮った写真が載っている。20世紀の後半に、線路沿いの工場が、相次いで閉鎖された。大半の工場は取り壊され、跡地は荒廃したまま放置された。

トリノのフィアットについて2つの話を聞いた。トリノ工科大学で都市ブランディングの研究をしている30歳前半のA. ヴァノロ研究員は、「私の親が現役だったころ、フィアットは、住宅から福祉、子供の教育まで世話をしていた。トリノ市民の過半は、フィアットか、その関連工場で働いていた。フィアットあつてのトリノでした」という¹⁹⁾。原型的なフォードイズムが機能していた。しかし、経営不振に陥った以降のフィアットは、「揺りかごから墓場まで」の社内福祉を大

幅にカットした。フィアットの抜けた穴を、市役所が埋めることが出来ない時期が長く続いた²⁰⁾。換言すると、ケインズ主義的都市経営がフィアットのフォードイズムを継承するということにはならなかった。

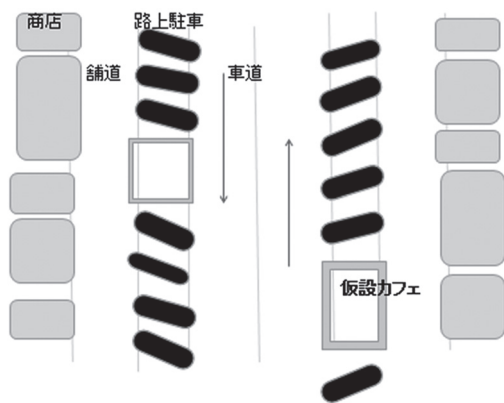
20世紀後半のフィアットを牽引したG. アグネリ会長は、「私が生きている間に、トリノで地下鉄が建設されることはない」と、反公共交通主義を豪語していた。1) トリノのまちに、車がのさばる風景、2) トリノの都市構造がまったくもって大規模工場に都合よく出来ていた風景——は、フィアットの意思が、トリノの隅々まで行き渡っていたことを如実に物語る文化的景観である²¹⁾。R・ロジャースは、都市が車で溢れんばかりの状況・傾向は、「国有・民間の自動車産業を支えている人々や組織によって助長され続けている」「車交通が都市計画の不可欠の前提条件になっているため、街路の角や、公共空間の形態と外観は、車運転者の便益のために決定づけられている」と書いている²²⁾。

2. 変貌する文化的景観——車を排除し、生活空間を取り戻す

地下鉄は第一期工事が完了し、シーメンス社製のハイテク無人運転のスマートな車両が走っている²³⁾。市南の終点リンゴット駅は、ホームの壁面や案内表示が赤とグレーのツートンカラーに統一されている。モダンな彩色である。ハイテク車両と駅風景は、「インダストリアルデザインのトリノ」を強烈にアピールしている。リンゴット駅に近接してフィアットの旧大規模工場（リンゴットセンター）がある。フォードの工場に学び、1915-1930年に建設された。1983年に閉鎖され、その後、R・ピアノがデザインし、複合都市施設（ショッピングセンター、大学、オフィス、シアター）に改装された。屋上には、完成車の試乗用トラックが付設されるなど、コルビジェ賞賛のジャンボ建築（床面積24.6万㎡）であった。リンゴット工場の閉鎖、商業施設への転用は、メディアがしばしば「フィアットの凋落、トリノの脱車路線を象徴している」と報じてきた²⁴⁾。

トリノ市内は、バスと路面電車が縦横に走っている。最近では、低床式のLRTが快走する風景を見ることが出来る。バスと路面電車と地下鉄に乗れる共通チケットが売り出された。最近になって路面電車の車内に、切符の自販機が設置された。パールや煙草店でしか切符を買えなかったことを考えると、公共交通機関の利便性が改善している²⁵⁾。2006 - 2008年には、公共交通機関の利用が22.8%から26.4%に向上した（全トリップに占める割合）。地下鉄開発が第2ステージ（新路線の開通）に入ると、さらに利用率のアップが見込まれる。

道路の使い方にも、新しい動きがある。路上駐車



トリノでは、車道の路傍が路上駐車に占拠されている。ところが最近、路上駐車を排除し、そのあとにガラスや透明ビニールシート張りの仮設カフェやレストランが開業し、のんびり珈琲を飲みながら語らう人々の風景をしばしば見かけるようになった。「車から道を取り戻す」試みである。

場と化していた路傍が、仮設のカフェやレストランに転換利用されている風景に出会う。歩道を挟み、向かいのカフェなどが、トリノ市に道路使用料を払って転用している。カフェの主に尋ねると、「こうした道路利用をできるようになったのは、2年ほど前(2010年)」とのことであった。都市空間に起きている小さな変化、見過ごしてしまいそうなまったくバナキュラーな日常景観の変化だが、そこには、変化を実現しようとする力、広げようとする力、逆に邪魔し、阻止しようとする力のぶつかり合いがあるのは確かである。どちらの力が優勢になって都市空間にその意志を表出しているかには、時代の思潮が反映する²⁶⁾。

トリノの最初の歩行者天国は、聖カルロ広場から北西に通じるガリバルディ大通りである(1978年)。当時、強烈な反対論が吹き出し、推進派との間で喧々諤々の論争があった。その後、歩行者天国になった道路はなかった。最初の歩行者天国から32年後の2010年に、ローマ大通りの東隣2本の街路(アルベルト・ラグランジュ通り)が、同時に歩行者天国になった。今度は、反対はなかった。

アルプスを抜けてリヨン、トリノ、ミラノを結ぶ商業道路を拡張する話があった²⁷⁾。後述する欧州の中心軸「ブルーバナナ」に重なる幹線道路である。この拡張計画には、環境派から強い反対があった。交通混雑が緩和し、短期的に経済効果が大きいことは明らかだったが、結局、戦略プラントの環境+人間重視の思想を生かすために、道路拡張計画は破棄された²⁸⁾。

現在の聖カルロ広場は、カステラーニ市長が嘆いたところとは、すっかり様相が変わった。広場に駐車する車はない。見掛けるのは、カラフルな日傘の下でカフェを楽しむ観光客たちの風景である。トリノは、昔から「カフェ文化の都市」である。イタリア統一運動に関わった政治家たちがカフェに寄り

集まったと言われる、19世紀半ばにさかのぼる老舗カフェがある。それより更に歴史がふるく、18世紀創業のカフェもある。トルストイやニーチェが、トリノのカフェ文化をこよなく愛していた、と伝えられている。聖カルロ広場に面する、チョコレートの老舗ストラッタ(創業1836年)の店員は、「(駐車が姿を消し)カフェの街、トリノの雰囲気に戻って嬉しい」と話していた²⁹⁾。

都市計画の世界では、幾多の小さな変化(small changes)を呼び起こし、それらを結び付けることによって大きな変化を引き起こす、という「場所を創造する(place-making)」考え方が脚光を浴びている³⁰⁾。Light, Quick, Cheaperの頭文字を取り「LQC運動」と呼ばれることがある³¹⁾。「お手軽に、手早く、そして安づくり」の施設建設を連発し、都市再生に結び付ける社会運動である。

歩行者天国、仮設の路上レストラン、駐車を排除した広場のカフェ、スマートなデザインの低床式LRT・・・の風景を紡ぐと、そこからどのようなトリノ再生のテーゼを、帰納的に導き出すことができるだろうか。生活文化の領域が、車文化から都市空間を奪還しはじめている——そのことを示す都市景観の変貌である。トリノの経済、社会、そして都市政治におけるフィアットの立ち位置に、大きな変化が起きていることを示している。

相変わらず中心街区の車洪水は深刻である。それでも車を排除し、人間的な空間を取り戻そうとする試みは、「車産業は昨日までのトリノ」をブランディングするキーワード、もはや車は「今日、そして明日のトリノ」を形容するキーワードではないことを雄弁に語っていた空港の壁広告——それに通底する文化的景観である。

3. Spina Centrale- 都市構造のコペルニクスの転換

トリノの就業者構造は、フィアットの生産縮小を反映して製造業労働者比率が1980年に36.1%だったが、2008年には21.1%に低減した³²⁾。逆に、サービス業労働者比率が77%を占めている。脱工業化路線——トリノでは、脱フィアットと同義である——を邁進するトリノの「都市構造の変貌」を可視的に、そして端的に観察できるのは、Spina Centrale(Central Backbone、中央背骨)プロジェクトである。鉄道線路を地下化し、その跡を自動車+自転車+プロムナードとして市民に解放する。プロムナードは、ストリートアートの展示場になる。鉄道線路に接して大規模なブラウンフィールドが広がっている。そのブラウンフィールドを、複合開発(住宅、オフィス、大学、研究施設、商業、シアターなどの都市機能の複合開発)する大規模プロジェクトが並行して進展している。

Spina I、II、III、IVと称号されたプランフィール

ドでは、大規模な都市再生プロジェクトが進行している³³⁾。官民、そしてEU（欧州共同体）の投融資資金が投じられている。Spina IVでは、トリノ工科大学が拡張キャンパスを開発している。工場や倉庫だった建物が、教室や実験室に転用されている。産業遺産の動態保存である。テラコッタ壁の薄い土色と緑の芝生が、北イタリアの青空に映じて美しい。大学の隣地には、インキュベーションセンターが開発された。マイクロソフトやゼネラルモーターズ（GM）の研究所が軒を並べている。歴史的遺産の保存がそれ自体で終わっていない（自己目的化しておらず）。トリノの新しいイメージを構築し、経済活動の方向転換を促す用途に活用されている³⁴⁾。

Spina Centraleは、1998年の都市マスタープランを基にスタートしたブラウンフィールド再生事業である。地下化した鉄道線路の跡地を緑豊かなプロムナードに転用し、ストリートアートが並べられる。街路灯や舗道のデザインが凝っている。沿道には、中層の集合住宅が軒高を揃えて建ち並ぶ。並木と建物のスカイラインが美しい。新しいまちの景観の形成に、バロック都市トリノの伝統が生きている³⁵⁾。

それらの風景からは、産業活動優先のフォーディズム都市計画によって喪失したQOL + QOWを、今度は近隣コミュニティが奪還する試みである、というメッセージを読み取ることができる。トリノ工科大学の拡張プロジェクトや、インキュベーションセンターの開発には、「量産型製造業に依存する経済にサヨナラし、トリノ経済を牽引する知識集約型産業を養育する」という都市戦略が体现している。ポストフォーディズム——文化、イノベーション、ハイテクをキーワードに、QOL + QOWを改善して「創造階級」を呼び込む都市戦略を映し出すシュンペーター主義的な、文化的景観である。

地下化された南駅は、トリノの新しい中央駅になる。ミラノからトリノを通り、アルプスを抜けてリヨン、パリを結ぶ高速鉄道の停車駅である。戦略プランIは、1)トリノがEU都市の連携軸「ブルーバナナ」と「地中海アーチ」の交差点に位置する地理的優位性を再認識し、2)「EU都市トリノ」として都市再生戦略を確立することの重要性を繰り返し記述している³⁶⁾。ブルーバナナは、フランスの地域開発調査機関DATARが欧州大陸の地政学的な解析をまとめた報告書（1989年）に初出の概念である³⁷⁾。ロンドンからドーバ海峡を渡り、オランダ、フランス／ドイツの国境域を南下し、スイス、北イタリアを抜けて地中海に至る——緩い円弧を描く軸である。「欧州の背骨」「中心軸」と呼ばれる。

欧州の背骨を走ってパリまでつながる高速鉄道駅は、ターミナル形式の現在の中央駅（「新駅」）に代わる南駅になる。その駅舎のデザインは、南駅のミッ

ションを描き切った風景になっている³⁸⁾。駅の地上部分は、流体型の全面ガラス張り建築である。開放性、軽快さ、そしてアクセシビリティの高さをシンボリックに表現している。「我々はイタリアに閉じこもっていない。トリノを、EU空間に解き放つ」と宣言するデザインである。トリノの再生を誓った戦略プランI（カステラーニ市長時世の2000年に成立）の精神が的確に表現されている。カステラーニ市長は、「（新生トリノは）ローマよりはブリュッセル（EU）との関係を大切にする」と語っていた³⁹⁾。

Ⅲ. イベントの連続開催 ートリノを再ブランディングする

1. 150年祝賀フェア

トリノは、過去20年余、幾多の国際イベントを繰り返し開催してきた。たとえば、「イタリア統合150年祝賀（Celebration for 150th Anniversary of Italian Unification）」がある。主催者は、祝賀イベントを、イタリア統一直後の1861年から1863年までの3年間、トリノがイタリアの首都だったことを市民に想起させる機会にすることをねらっている。市内のあちこちに、150年祝賀を伝えるポスターが貼られていた。

「イタリアの首都トリノ」を想起させることは、「21世紀のトリノが、トリノ都市圏の中心都市として行政や政治、文化ツーリズムなどの経済活動の分野で主要な役割を果たさなければならない」というトリノ市政の意思を市民に訴えることである。同時にその決意を、外に向かってアピールするキャンペーンである。祝賀イベントは、歴史に立ち返ってトリノの本性を再定義し、トリノのアイデンティティを再確認する作業である。

インタビューの際、カステラーニ市長は、「トリノがフィアットのワン・カンパニー・タウンとして工業都市だったのは、20世紀の100年間に過ぎない。政治都市、行政都市、文化都市としてのトリノの歴史ははるかに長い」と語っていた⁴⁰⁾。カステラーニ市長が幾度も、「シティーリージョン（都市・地域圏）」で考える。トリノはその中心に位置している」と話すのを聞いた。トリノの都市構造の転換に指針を示し、Spina Centraleプロジェクトを具体化し、都市マスタープランを作成した市長である。脱フィアット路線を明瞭に宣言し、トリノの21世紀ヴィジョンを最初に語る戦略プランIを策定した市長である。

2. ブックフェア、映画祭、国際建築会議・・・「文化都市トリノ」を訴える

トリノは、街角を曲がると書店がある。トリノ大学に近いガリバルディ通りには、アーケードの下に

露天の書店が長い列をなしている。職業別電話帳で調べたところ、市内に250店弱（新刊書店と中古本書店）ある。建築系だったり、子供図書の書棚が豊かだったり、専門性の高い書店が多い。書店の多さは、「文化都市トリノ」を連想させる風景である。

石造り古典様式の中央駅（「新駅」）は、最近、構内を改装した。キオスクや食品スーパー、ブティック、カフェが入居している。それらの店舗に囲まれて、大型書店が入っている。日本の駅構内書店は、読み切り本や雑誌が中心である。時々、売れ筋のビジネス書を並べているところもあるが、そこまでの品揃えが精々である。中央駅は都市の顔である。その改装した構内に、どのような店舗を並べるかに「都市の思い入れ」が表出する。ささやかな事象ではあるが、その「思い入れ」を読むことも文化景観論である。トリノ中央駅構内に outlet している大型書店は、ハードカバーの法律専門書や地理学書まで陳列している。朝7時に開店し、夜10時までの長時間営業である。ここでも「文化都市」を目指すトリノに出合った、という印象を得た。

トリノは1988年以来、国際ブックフェアを毎年開催している。2006年には、ユネスコの「World Book Capital」に立候補し、認定された。戦略プランⅠ、Ⅱは、トリノを知識産業都市、文化都市、ヨーロッパレベルで競争力のある大学都市に転換することを宣言している。ブックフェアも、Book Capitalへの立候補も、「文化都市」トリノの、都市ブランディング戦略である。

本論の冒頭で、空港の壁面広告に列挙されていたトリノをブランディングするキーワードを紹介した。その1つに映画がある。市内でもっとも高い建物は、モーレ・アントレニアーナである。ユダヤコミュニティの教会として1863年に建設された。その後、建物の一部が破壊されるなどしたが、トリノ市が取得し、1996年にシネマ博物館として再建された⁴¹⁾。以来、天空に向かって「映画のトリノ」を誇示する新しい文化的景観になった。

同じ時期（1998年）に、トリノ映画祭が隔年開催されるようになった。フランス国境に近いために、イタリア映画の伝統はトリノがふるい。ムッソリーニの時代に、映画産業は、ファシズムの宣伝媒体としてローマに移転させられた。その後、トリノの映画産業は影が薄くなっていたが、映画祭の復活は、むかしの名声を取り戻すための取り組みである。トリノ・フィルム・コミッションが1995年に設立された。

2008年には、国際建築会議（International Architectural Congress）を誘致した。建築家の国際会議である。トリノは、バロック建築の街並みが美しい。都市再生プロジェクトが本格化した20世紀末、バロック様式や19世紀に建てられた歴史的建造物を

公共用途に活用するなど、歴史的遺産の動態保存に熱心である。現代建築の分野でも、トリノは頭角を現している。国際的に話題になる建物が多く建てられている⁴²⁾。建築は都市の主要な文化的景観である。国際建築会議の招致には、再生し、「変貌するトリノ」の文化性を、世界の建築家にアピールするねらいがあった⁴³⁾。

トリノのあるピーモンツ州に、スローフード運動の発祥地がある。トリノ都市圏には、ワインやチーズなどの食品加工工業が集積している。トリノは1998年以来、隔年毎に国際フード祭を開催している。2010年には、ユーロサイエンス・オープン・フォーラムが、パリ、コペンハーゲンなどの強敵を破ってトリノで開催された。「ハイテク学術都市トリノ」をPRする機会になった。また、冬季オリンピック（2006年）は、トリノ都市圏の都市が連携して開催された。その成功は、都市圏政府を樹立することの重要性を確認する機会になった。同時に、世界に向かってトリノを売り出し、トリノを有力旅行先として浮揚させる踏み台になった。

IV. Always on the Move

1. トリノ再生の真の作家は見えない

Contemporary Turin は、トリノの現代建築100点をカラー写真と気の利いたコメントで紹介している。歴史的建造物のコンヴァージョン、新築の両方だが、86点が1995年以降に着工した建物である。市民の直接選挙で選ばれた市長が誕生し、そのイニシアチブでトリノが変貌しはじめた時代と同じ時期に建てられた建物群である。トリノの建築空間が短期間に大きく変わってきたことを示している。

Contemporary Turin は、序文で現代トリノ建築に特徴的な要素について記述している。そのひとつに、「都市景観を形成する建物の貌をだれがデザインしているのか、その真の作家がわからなくなっている」という指摘がある。トリノの現代建築をめぐっては、デザイナー（建築家）とディベロッパー（開発者）、そしてビルダー（建設会社）の伝統的なトライアングル関係がはっきりとは見えない、というのである。

序文の筆者は、だれが新しい担い手として建築デザインコンセプトを考え、そこに社会的な意味を埋め込もうとしているのか、と問い掛け、「たとえば、公共である」と述べている。行政府が都市レベルの対話空間を組織し、資金を調達する一方、地元の建築家と海外の有名建築家がチームを組み、活動している。同時に、そこに他の多くのアクターが関与し、しばしばアクター間の役割が重複している、というのである。その結果、都市景観の真の作家が見分けにくくなっている、と述べている。

トリノの現代建築をめぐるこうした傾向は、トリノの再生を引っ張ってきた担い手構造との間に、シンクロナイズするところが多い。トリノ再生プロジェクトの基盤になっている都市ヴィジョンは、戦略プランⅠ、Ⅱである。いずれの戦略プランも、直接選挙で選ばれた市長が市民に策定を呼び掛け、作成された。策定の過程では、フィアット、政党、行政府の、トリノに伝統的なトライアングル関係はすっかり色褪せていた。

戦略プランⅠは、1) 市内の経済、社会、文化機関（商工会議所、大学、産業、基金、文化団体など）の代表30人が開発フォーラム（the Development Forum）を組織し、その傘下に、2) 国内外の都市再生専門家を招聘する科学委員会と市民団体の代表が構成する顧問会議（the Consultative Council）を設置、3) 1000人以上の市民会議の質疑に諮る、という手法で作成された。

戦略プランは、全員参加型サッカーを理念に、ボトムアップ手法で策定された。そもそも市長自身が、伝統的な政党政治とは距離を置き、市民連合（civil alliance part）を基盤にして選ばれた。戦略プランの策定を呼びかけはしたが、市長が強力に先導することはなかった。したがってこの場面では、トリノ再生の真の作家が見えにくくなっている、といえることができる⁴⁴⁾。

戦略プランの内容自体よりは、全員参加型のプランの策定過程にこそ大きな意義があった、という指摘もある⁴⁵⁾。その意味は、市政（ガヴァメント）に対する信頼を失っていたステークホルダー（市民、および市内の諸機関）に、1) ヴィジョンづくりへの参加を呼びかけ、プラン策定の仕組み（ガヴァナンス）を構築したこと、2) 仕組み（ガヴァナンス）が機能しはじめると、それが市政（ガヴァメント）に対する市民の信頼回復につながったこと——を指している。その後、戦略プランに発する様々なプロジェクトは、産官学の協働と都市圏内都市の連携によって遂行されるようになった。ガヴァメントとガヴァナンスの間に、好循環が生まれた。それがトリノ再生の駆動力になってきた。

ガヴァナンスを担う協働と連携の組織に：

Interest in Turin & Piedmont (ITP) 外国投資を誘致する官民組織

Turismo Torino（都市圏レベルの都市間協働の観光誘致組織）

Film Commission Torino / Piedmont（都市圏内の都市間協働の映画委員会）

Torino Internazionale Association（戦略プランの実行を推進する産官学組織）

などが組織された。

2. メガイヴェント都市トリノ

都市ブランディング研究のヴァノロ研究員によると、「以前のトリノは、「銀行（イタリア国内最大の信用金庫がある）の首都」「映画の首都」「車の首都」、そして「イタリアの首都」と呼ばれていた。それがことごとく昔話になり、20世紀末には「フラストレーションの首都」になった、というジョークがある」⁴⁶⁾。

国際的なイベントシリーズの展開は、落ちぶれたトリノが以前の名声を取り戻すための挑戦である。「文化、博物館、歴史的建造物は、単に旅行者に魅力的なだけではない。新たな、潜在的な市民を引き付けるためにも重要である」「市のエリートは、産業が最盛期だった時代につながるマイナスのイメージに対抗する」新イメージ戦略が必要である、と考えていた。そのために徹底してイベントを開催し続ける、そして近ごろのトリノは、「メガイヴェン都市」と呼ばれるまでになった⁴⁷⁾。

「政治、行政、文化都市トリノ」を想起させるための150年祝賀イベント

「文化学術都市トリノ」を強調するためのブックフェア／ワールド・ブック首都

「デザイン都市」を顕示するためのワールド・デザイン首都

「味覚・高品質食品都市」をマーケティングするフード祭

「ハイテク科学都市」を売り出すユーロサイエンス・オープン・フォーラム

「変貌する都市空間」をアピールする国際建築家会議

先導的なヴィジヨナリストが都市再生を牽引し、その正当性や成果をプロパガンダするためにイベントを利用するのは様子が違う。広範囲のステークホルダーが参加してきたトリノ再生の場面では、チームプレーに参加するステークホルダーが都市再生の目指す処を共有し、トリノのアイデンティティを歴史的に確認し、「変わるトリノ」を理解する——そうした機会を繰り返し経験してきた。そのことは、再生プロジェクトを円滑に推進するために極めて重要であった。市民が全員参加型の都市再生を理解し、「変貌するトリノ」を自分たちのものとして支持する機会にする——連続して開催されるイベントは、その機会を提供する時空間になっている。

3. 変わる外の眼のトリノ評価

「変貌するトリノ」を外に向かってマーケティングし、新しいブランディングにつなげる。ツーリストを呼び、外国投資を誘うために重要である。トリノでは、国際イベントが都市マーケティングのための時空間になっている。実際のところ、外からトリノを眺める眼は、明らかに変わってきた。可視的に

出現しつつある都市再生の現場を訪ねれば、「変貌するトリノ」は、だれの眼にも「百聞は一見にしかず」だが、最近のトリノ情報に接するだけでも、変化はある程度納得し、理解できる。

有名な旅行ガイドのロンリープラネットを調べた。イタリア案内は、1993年が初版である。2012年版まで出ている。初版本は、「(トリノは) イタリアで最も美しい都市の一つ。その豪華さはしばしばパリに比肩される」と書きはじめている。1996-2004年版も、冒頭、「おしゃれなポー川河畔に広がるトリノは、広いブルーヴァードと気品のあるアーケード、立派な公共建築の素晴らしい都市である」と賞賛している。2012年版は、「トリノを満喫するためには、少なくとも一週間は必要である」と書いている。

以前は、トリノを無視するか、「訪ねるところではない」と書いているガイドブックがあったというが⁴⁸⁾、少なくともロンリープラネットには、トリノ叩きの記述は見当たらない。ただし、2008年版は、「トリノの真の魅力は、イタリア文化を楽しむのに、よく知られた旅行先(ミラノやローマ、フィレンツェ...)の格好の代替地になることである。観光客で混雑することがないから」と記述している。トリノには、一級の歴史的遺産があるが、決して一級の観光都市ではないことを示唆している。トリノが観光のためにわざわざ訪ねるに値しない都市に成り下がったのは、フィアットタウンになってからのことである。とりわけ産業の衰退が顕在化した20世紀半ば以降である。

たとえば、ニーチェは、トリノで投函した手紙(1888年4月14日)に「(トリノは) 落ち着いた、ほとんど荘厳な都市! 歩いてみても眺めてみても、古典的な都市です(それは立派な舗道と、一切が一つになる黄色と赤褐色との色調によるものですが)! 優れた18世紀の息吹です。(中略) 都会の真ん中からアルプスの山が見られるとは! 街路は直っ直ぐにアルプスの山のなかへ走っているようにみえます! 空気は乾燥して、崇高なほど透明です。光によってひとつの都会がかくも美しくなりうるなどは、信じてもおらなかったことです」と書き、「私の心になかった都会です。しかもただひとつの都会です」とトリノの虜になった様子を書き綴っている(塚越敏、眞田収一郎訳『ニーチェの手紙』ちくま学芸文庫2012年)。

もっとも、Turismo Torino(トリノ観光局)が最近の観光キャンペーンで「Do You Know Turin is the Tourist Destination?(トリノが旅行者に人気があることをご存知ですか?)」というスローガンを掲げている話は、トリノが旅行者のお目当てになっていないことを自認しているかのようでおかしい⁴⁹⁾。

しかし、トリノに対するロンリープラネットの評価に変化があったことは確かである。その評価変え

は、トリノ紹介に割り当てられたページ数の増加に現れている。1993年版は、6ページに過ぎなかった。イタリア第4の都市に割り振られたページとしては、如何にも少くない。1996、1998年版は7ページである。ところが2004年版では11ページに増え、2012年版では、トリノ紹介に15ページも使うようになった。1990年代後半以降、トリノの都市再生が進展し、国際イベントが繰り返し開催されるようになり、それと歩調を合わせるように、ロンリープラネットのトリノ紹介ページが増えてきた。都市ブランディングが成功し、「歴史文化都市トリノ」ブランドが海外に浸透しはじめたことを示している。

映画が取り上げるトリノのイメージも変わってきた。「トリノ 24時からの恋人たち」(監督・脚本ダヴィデ・フェラーリオ、2004年)は、国立映画博物館のモレ・アントネッリアーナで警備員として働く男の、いい女との恋物語である。トリノの街風景が愛の舞台としてこよなく美しく描かれている。

観光客も確実に増えている⁵⁰⁾。トリノ都市圏(トリノ県)を訪ねる観光客は、1997年に69万人だったが、2009年には190万人まで増加した。ホテル、レストラン業界も、着実に雇用機会を創出している。1990年前後には3万人だった従業員が、最近では5万人に増えている。ロンリープラネット1993年版は、「トリノで安いホテルを探すのは難しい」と書いていた。フィアット関係の商用宿泊者が多く、中クラスか、それ以上のホテルが多いことを示唆していた。ところが最近版は、お手頃な値段で泊まれる(Budget)ホテルを幾つも紹介している。多様な観光客が増えていることを推測させる。

「ハイテク産業都市」のブランディングでも、功を奏しつつある⁵¹⁾。たとえばトリノ工科大学の工学系の外国人留学生は、最近5年間に63%も増加した。大規模な転換を経験している都市再生の現場 Spina Centraleで、大学キャンパスの拡張プロジェクトが進展している風景や、実際にトリノが科学技術分野で確実に雇用機会を増やしていることが、外国人留学生を引き付けている。他のヨーロッパ都市に競い勝ち、ユーロサイエンス・オープン・フォーラムを開催できたことも、トリノがハイテク都市のブランディングで成功している証左である。

トリノの街角で「Always on the Move」と書かれたポスターをしばしば見かける。「トリノは立ち止まることなく、甦る」というメッセージを込めたキャンペーン標語である。トリノの文化景観もまた、「Always on the Move」である。都市構造の転換が進む、したがって都市の相貌が変わる。「変わる相貌」と、トリノが「ふるい産業都市」「フィアットのワン・カンパニー・タウン」から、9つのキーワードに集約さ

れる「新しい産業都市」「生活重視の都市構造」に転換してきた小史を読み比べることに、本稿の狙いがあった。転換を推進する力——そこには内発的發展論に通じる要件があると考えているが、その読み解きは次の研究課題である。

注

- 1) 2012年3月18日
- 2) N. Borrelli and M. Santahglo (2004), Turin. Where Territorial Governance and Politics of Scale Become Keystones for the City Development Strategy, City Future, *An International Conference on Globalism and Urban Change*, July 8-10 2004, Chicago
- 3) Time (2002年3月25日付)は、「自動車都市以上の都市」という記事を、「トリノは、デトロイトでも、シュトゥットガルトでもない」と書きはじめていた。バロック建築群が美しい歴史都市、博物館が立ち並ぶ文化都市、そして食べ物の美味しい都市・・・と「自動車以外」のトリノをアピールする内容になっていた。
- 4) フィアット創業家のジョヴァニ・アグネリ会長は、1990年代初めに「私はネスル（スイスの食品大手）を掌中にするまで満足できない」と語っていた（*Businessweek*1991年12月15日）。それまでに、フランスの飲料水メーカーを傘下に収め、ヨーグルト、保険、ホテル業にも触手を動かし、「フィアットは車だけではない」路線を打ち出していた。
- 5) ドレス・ハイデン『場所のカーパブリック・ヒストリーとしての都市景観』後藤晴彦、篠田裕見、佐藤俊朗訳、学芸出版社 2000年）D. Hayde (1995), *The Power of Place: Urban Landscape as Public History*, The MIT Press
- 6) Central Analysis of Social Exclusion (CASE) (2007) "Torino City Report by Astrid Winkler", p.13
- 7) LSE Cities (2010) "Torino Reclaiming and Diversifying Local Economic Strengths", p.4,7. J. Whitford and Aldo Enrietti (2005) "Surviving the Fall of a King: The Regional Institutional Implications of Crisis at Fiat Auto", *International Journal of Urban and Regional Research* Vol. 29.4, p.778
- 8) LSE Cities, *ibid.*, p.7. J. Whitford, *ibid.*, p.778
- 9) CASE, *ibid.*, p.13
- 10) B. Dente, L. Bobbi and A. Spada (2005), Government or Governance of Urban Innovation, *disP* 162. P. Verri (2005), Torino: A Future of Knowledge and Creativity, 41th ISoCRap Congress. www.isocrap.net/DatA/case-Studies/626.pdf July 20 2012. N. Borrelli and M. Santanglo, *ibid.*
- 11) CASE, *ibid.*, p.13
- 12) CASE, *ibid.*, p.13
- 13) LSE Cities, *ibid.*, p.16-19
- 14) G. Pinson (2002), Political Government and Governance : Strategic Planning and the Reshaping of Political Capacity in Turin, *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 26.3
- 15) N. Borrelli and M. Santanglo, *ibid.* p.3, 10. J. Huxley (2010) Turin: Meeting the New Crisis with a Package of Responses, URBACT
- 16) 1989年以前、イタリアでは路上駐車に課金することができなかった。それ以降、都市政府が課金できるようになり、1994年以来、トリノでも課金制度が導入された。
- 17) 2012年3月20日聴き取り
- 18) ジェイン・ジェイコブズ『アメリカ大都市の死と生』山形浩生訳、鹿島出版会、2010年、p.286-291 J. Jacobs (1961) *The Death and Life of Great American Cities*, The Randam House Publishing Group
- 19) 2012年3月21日聴き取り。ASE, *ibid.*, p.17
- 20) CASE, *ibid.*, p.17
- 21) リチャード・ロジャース『都市 この小さな惑星の』野城智也、和田淳、手塚貴晴訳、鹿島出版会 2002年 p. 36 R. Rogers and P. Gumuchdjan (1997), *Cities for a Small Planet*, Faber and Faber Limited
- 22) 21)
- 23) 駅の改札には職員がおらず、完全自動改札になって合理化を目指している。しかし、切符が少しでも折れ曲がると機械が反応せず、一日切符、一週間切符を買った乗客の多くが改札を抜けられず、戸惑う風景がしばしば。
- 24) Torino's Target for Reducing Car Travel Nov.5 2010 <http://autumnbernstein.net/2010/11/05/torinos-target-for-reducing-car-travel-grandissima/> 2012年6月15日)
- 25) トリノ市は The Mobility Town 計画を推進している。公共交通機関の利便性を改善し、Walkable な都市構造の形成を目指している。鉄道、地下鉄、トラム、バス、貸し自転車をネットワーク化し、隣接都市との再結節を強化することを主要政策課題に掲げている。中心街区にも、自転車専用車線が作られた（たとえば、中心通りのローマ通りからポー川に抜けるカヴォール通りなど）。
- 26) D. Hayde, *ibid.*
- 27) アルプスを抜ける高速鉄道の開発プロジェクトがあるが、これに対しても反対運動がある（*Businessweek* 2012年4月2日）。トリノからフランス国境までの小さな町や村を歩くと、「鉄道も、道路も要らない！」と書かれたバーナーを見かける。
- 28) 27)
- 29) 2012年3月20日聴き取り。ヨーロッパの歌祭 *europa cantat* が2012年夏、イタリアで初めてトリノで開催され、その主会場が聖カルロ広場だった。
- 30) 17. K. Chan (May 8, 2012) "Pop-up Populism: How the Temporary Architecture Craze is Changing our Relationship to the Built Environment", <http://www.artinfo.com/news/story/802841/pop-up-populism-how-the-temporary-architecture-craze-is-changing-our-relationship-to-the-built-environment> (2012年6月15日)

- 31) K. Chan, *idib.*
 - 32) LSE Cities. *ibid.*, p.17
 - 33) Street Life: Turin (Italy) "The "Spina Centrale" Project", *Planum Magazine*,
<http://www.planum.net/street-life-turin-italy> (2012 年 6 月 5 日)
 - 34) F.D. Pieri (2010), *Eventfully Preserved: Turin's Historic Heritage in the Policies for Urban Regeneration of the last Twenty Years*, *Rivista di Scienze del Turism* p.174
 - 35) F.D. Pieri, *idibid.*., p.174
 - 36) N. Borrelli and M. Santangelo, *ibid.* p.3
 - 37) 岡部明子『サステイナブルシティーEU の地域・環境戦略』学芸出版社, 2003 年 p.47
 - 38) Urban Center Metropolitano (2011) *Torino contemporanea Guida alle architetture* ,LISTLab
 - 39) N. Borrelli and M. Santangelo, *ibid.* p.8
フィアット創業家のジオヴァニ・アグネリ会長は、1990 年代初めに、イタリアでの露出度を下げ、代わりにヨーロッパでよりショーアップされるように、フィアット経営の舵取りを切り替えた (Businessweek 1991 年 12 月 15 日)。市場で競争にさらされている企業トップの時代感覚は鋭く、路線転換は行政に先立つが、それでもなお、わずか数年遅れて「これからはイタリアよりもヨーロッパを目指す」と語る市長が出てきたことは驚きである。しかも、エンジニア系の市長であった。
 - 40) 2012 年 3 月 22 日聴き取り
 - 41) Urban Center Metropolitano, *ibid.* p.62
 - 42) Urban Center Metropolitano (2011) *Torino contemporanea Guida alle architetture* 以外にも、建築まち歩き選書である Societa degli Ingegneri e degli Architetti in Torino (2000), 26 ventiSei Itinerari di Architettura a Torino (Architectural Walks in Turin) が出版されるなど、トリノの建築に対する関心が高まっている。
 - 43) S. Ghayur (Oct. 2008) *Making Cities out of Industries, Architecture Design Art*
 - 44) Associazione Torino Internazionale (2000) *The Strategic Plan of Torino 2000-2010*
Associazione Torino Internazionale, *Towards the Plan: Essential Information and Initial Strategic Guidelines*
 - 45) G. Pinson, *ibid.* p.487
 - 46) 2012 年 3 月 20 日聴き取り
 - 47) F.D. Pieri, *idibid.*., p.170
 - 48) F.D. Pieri, *idibid.*., p.170
 - 49) J. Park (2005) *Role of Culture and Turism Development in the Strategic Planning for City Attractiveness*, AESOP Vienna p.5
 - 50) LSE Cities, *ibid.*, p.15
 - 51) LSE Cities, *ibid.*, p.15
- <科学研究費助成、サントリー財団研究助成、及び LORC 研究助成を活用しました>