

琉球大学学術リポジトリ

中心業務地区（CBDs）の観光化： 理論的アプローチの可能性を探る

メタデータ	言語: 出版者: 琉球大学大学院観光科学研究科 公開日: 2015-01-23 キーワード (Ja): 中心業務地区（Central Business District）, 観光化（Tourismification）, 都市観光（Urban Tourism）, 都市再生（Urban Regeneration）, グローバルシティ（Global City） キーワード (En): 作成者: 榎戸, 敬介, Enokido, Keisuke メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.24564/0002007840

中心業務地区 (CBDs) の観光化： 理論的アプローチの可能性を探る

The Tourismification of CBDs: Exploring Possible Theoretical Approaches

榎戸 敬介*

Keisuke Enokido

Abstract

Central Business Districts (CBDs) are traditionally exclusive spaces for business functions where office buildings, advanced business services and cutting-edge infrastructures are concentrated. Currently, CBDs in various, often global cities are undergoing distinctive spatial transformations associated with the provision of tourism related spaces, facilities, and infrastructures. Consequently, CBDs are now sites of conflict as well as opportunity for both business and tourism. It is therefore necessary to understand the nature of this emerging urban phenomenon, especially considering the importance of CBDs for cities and nations, in addition to business enterprises (i.e. political and economic spaces), and also for urban culture, economy and image (i.e. living spaces). However, theoretical explanations of the ongoing tourismification of CBD are almost nonexistent. In order to promote understanding of this recent phenomenon, this study investigates current discussions of urban tourism – in particular those concerning the development of tourism-related activities and problems in urban central areas. Through the investigation of the existing literature, this paper identifies the concepts of urban morphology, cultural consumption, production, and governance needed both to grasp the nature of the tourismification of CBDs and to explore possible theoretical approaches to the topic. The first of these concepts is necessary for researchers to recognize that the image and design of cultural and economic landscapes is fundamental to the investigation of the spatial implications of tourismified CBDs. The second concept is necessary for researchers to understand the nature of recent CBDs as cultural commodities. The third reveals that tourismifying CBDs can be analyzed through several modes of production, including most notably tourism infrastructure. The final concept, governance, requires researchers to clarify the area of tourism impact as a fundamental dimension of urban transformation. Overall, this study contributes to an overview of the ongoing academic discussions relevant to the tourismification of CBDs and specifies theoretical concepts useful in conducting interdisciplinary studies on the topic.

Key Words： 中心業務地区 (Central Business District)、観光化 (Tourismification)、都市観光 (Urban Tourism)、都市再生 (Urban Regeneration)、グローバルシティ (Global City)

1. 研究の狙い

中心業務地区 (Central Business District : CBD) は、都市の中心部に位置し、高度な業務機能が高密度に集中する、脱工業化都市の経済活動を象徴する地区である。特に、グローバルシティと呼ばれるロンドンやニューヨーク、

* 阪南大学国際観光学部国際観光学科

パリなど世界経済のネットワークを形成する大都市の CBD は国際ビジネスの司令塔として機能し、都市イメージあるいは国のイメージを発信している。東京も、これらの都市と並んで経済競争を主導するグローバルシティの一つである (Sassen 1991)。その最も象徴的な CBD (以下、東京 CBD と称す) は、東京駅西側に位置する丸の内、大手町および有楽町にかかる高密度業務地区である。東京 CBD では、ここ 10 年ほどの間にグローバルビジネスだけでなく、新たな都市観光活動が展開されるようになっている。CBD における観光は、ロンドン大都市圏においても重要な課題として認識されており (Greater London Authority 2008)、またニューヨーク市の CBD であるマンハッタンにおいても観光の重要性が地域コミュニティ組織によって公的に認識されている (Manhattan Community Board Five 2012)。さらに、パリのラデファンス地区の再開発計画においてもツーリズムの重要性が確認できる (WGM Design Group 2013)。東京 CBD を含め、これらの代表的なグローバルシティでの展開を見ると、CBD と観光の関係は、都市の政策・計画課題として、あるいは都市型産業・ビジネスの課題として重要な検討事項であると考えられる。

CBD 観光は都市観光の一形態である。都市観光は従来、観光研究が都市を研究対象として重視せず、一方、都市研究者は観光には注意を向けなかったという ‘double neglect’ (二重の無視) (Ashworth 1989: 33) のため、比較的研究が遅れている分野である。また、都市と観光の関係は、実務的にも乖離があると考えられている。Ashworth (2009: 219) によれば、都市と観光の間には依存度に関わる非対称性が存在し、「観光は都市を必要とするが、都市は観光を必要としない」。そして、この非対称性が都市政策や都市マネジメントの基本的な課題になっている、ということである。しかし、土地利用あるいは都市機能の点から観光に依存する必要性が低いと思われる上記のような CBD における観光の役割の増大傾向を見ると、都市も観光を必要としているように見える。したがって、グローバル企業や高度ビジネス支援サービスが高密度で集まるグローバルシティ CBD の観光化のプロセスとメカニズムを知ること、新しいタイプの都市観光についての理解だけでなく、都市観光研究全般の進展に貢献するものと期待できる。

現在のところ、筆者が知る限り、観光との関連で CBD に焦点をあてた学術的研究はない。本研究は、未開拓の都市観光分野としての CBD の観光化について理論的考察を進めるため、関連文献の収集および理論的概念の整理を試みるものである。具体的には、都市観光研究が蓄積しつつある北米およびヨーロッパで公開された論文を中心に都心部関連の議論を吟味し、理論的研究の方向を探っていく。本研究の独自性は、都市政策・計画・デザインといった都市研究関連の文献と、観光関連文献の双方を調査していることである。これにより、上記 double neglect の問題に対処しようと試みている。また、観光研究、特に都市観光研究において理論的研究の不足が問題視されているが (Page and Hall 2003: 18)、本研究は、CBD の観光化についての考察を通し、その問題に対処しようと試みるものでもある。

2. 観光化の対象としての CBD

業務機能が集中する都市空間である CBD は、20 世紀前半に Burgess (1925: 22) によって、大都市圏の中心において業務機能が集中する地区として、その周辺に異なる用途が同心円状に展開する都市構造モデルにより概念化された (Murphy 1971)。その後も、都市化の進展に応じて Hoyte (1939) や Harris and Ullmann (1949) らにより、多様な都市機能と CBD がひとつの完結した都市を形成する都市構造モデルが提示された。20 世紀後半になると、情報技術の進歩とそれに伴う産業の情報化、経済のグローバル化の中で、ロサンゼルス大都市圏に代表されるように、都市の中心にビジネス拠点が位置するのではなく、郊外に向けて CBD の機能が移転し多極化が進行する、という現象が明確にされるようになった (Sassen 2001)。このような動向を背景に、Sassen は、ニューヨーク大都市圏の中心に位置するウォールストリートを古典的な CBD のタイプと定義し、パリ中心部の外側に大規模なオフィスビルが計画的に配置されたラデファンス地区を疑似的 CBD、デジタル・ハイウェイ上に点在するように形成された情報インフラストラクチャーを利用する新しいビジネス地区、そして、物理的空間を越えたサイバー空間に設定されたビジネス機能の集中、以上の 4 つの CBD モデルが現在形成されていると言う。

CBD に関する理論的考察は、このように 20 世紀前半から展開されてきているが、現代において最も急速に拡大し

ている経済活動と言われる観光は、CBD との関係では特に議論の対象とはなっていない。著名な都市学者である Hall (2005: 6) の都市と観光に関する見解は、この現状について理解するのに役立つであろう。Hall によれば、観光は 21 世紀の急成長産業のひとつだが、すべての都市が観光を都市の経済基盤の中心に据えることができるわけではなく、例えば、米国において、収益目的で使われている歴史的資源の 99 パーセントは観光とは無関係だとしている。Hall の見解を支持する詳細なデータは提示されていないが、都市が観光への依存度を高めているように見える現在において、CBD の観光化についての理解が、都市と観光の関係についてのより正確な理解に有用であると考えられる。

3. CBD および都心部観光に関する理論的研究の動向と議論の整理

上述したように、都市と観光の相互関係を探るという意図から、本研究では、観光との関連で CBD あるいは都市中心部の空間変容の様態とそのプロセスに関する幅広く多様な理論的研究を検討し、CBD 観光化の研究を進めるための概念整理を行う。

3.1. 空間形態

上述の Sassen (2001) の分類による古典的な CBD は、建築物や公共空間、街路、公園などで構成される物理的に高密度な都市空間である。Page and Hall (2003: 50) は、同タイプの CBD を、観光やレジャーが組み込まれたポストモダン都市という地理的モデルの中心として示している。ただし、このモデルは、CBD を含み再開発が進む大都市中心部から新規開発により拡大する郊外部でのサービスやレジャーなどの機能集中の様態を単純化して図式的に示すものであり、CBD の変容について説明するものではない。単に、CBD 外側の地区においてレジャーや観光空間が形成されるようになっていく状況を示している。また、同じく Page and Hall (2003: 107) は、地理的モデルではなく機能的モデルとして、1) 自然、ヘリテージ、文化、商業などの多様な観光アトラクション提供機能、2) 交通、宿泊、飲食、情報提供などの多様なサービス機能、3) 業務、商業、行政、会議スペースなどが集中する CBD 機能、以上の 3 種類の機能をめぐる観光者は都心部を移動するという ‘Tourism Business District (TBD)’ (観光ビジネス地区) を示し、都市観光の要素と、個々の都市構成要素の組み合わせについて理解するために、TBD は有効な概念的枠組みだと述べている。一方、グローバル経済を背景とする都市の変容と都市観光との関係について研究する Spirou (2011: 208) は、CBD と観光の関係について、レジャー向けアメニティと都市の成長に関する近年の研究は、CBD を基本的な分析の枠組みとして使用しないようになっており、むしろ、レクリエーション機能の集中により形成されつつある ‘Central Recreation District (CRD)’ (中心レクリエーション地区)の方が、既存の CBD よりも成長が著しく、都市の人口変化や経済の変化を深く理解するのに有効である、と述べている。以上の研究者たちは、CBD を都市観光の研究に含めてはいるが、CBD そのものと観光の関係については研究の対象としては認識していない。

CBD そのものに焦点を当てた研究が見当たらない中、CBD を含む都心部における観光に関する研究はいくつか存在する。例えば、Law (2002: 41) は、観光にとっての都心部の重要性について、活力のある都心部は訪問者に対して良いイメージを与えるものであり、また、衰退しつつある地区の再活性化にも貢献する、と述べている。そのためには都市計画が必要であり、単にランドマークとなるような単体の建物だけでなく、建物も含めて印象的な都市景観が必要であると言う。また、アーバンデザインも、他の都市との競争の中で投資や雇用、訪問者を呼び込むために新たな役割を持つようになっていくと述べる。Law の見解では、都市のイメージを強化するアーバンデザインの対象として、質の高い建物や道路、印象深い景色、オープンスペース、パブリックアート、歩行者専用区域などが重要である。しかし、CBD では観光促進のためにどのようなものが望ましいか、あるいは CBD では観光促進に伴いこれらの要素がどのように変化しているのか、といった具体的な検証はなされていない。なお、都市イメージやアーバンデザインの分野では、1960 年代に Lynch (1960) が 5 つの空間指標を用いて行ったボストン、ジャージーシティ、ロサンジェルスと比較研究において都市計画における上記の都市イメージの要素の重要性が提示されて以来、これまで様々な研究者によって議論されてきたテーマであり、特に新しいものではない。Lynch の研究は都市デザインに関す

るものであるが、観光と都市との関係で、観光者にとっての都市イメージについての研究も進みつつある。例えば、Pearce and Fagence (1996) は Lynch の都市イメージ論について、観光学への応用が可能であり、かつ有効な概念であるとしている。また、MacCannell (2000: 161) は、Bourdieu (1991) による ‘symbolic capital’ (象徴資本) の概念を用い、都市に観光者を惹きつけるために、彼らの心の中に魅力的な都市イメージを植えつけようとする文化戦略が実施されるようになっていっていると述べる。また、都市の文化戦略・計画について研究する Evans (2001: 139) によれば、都市文化は都市観光の主要な資源であるが、北米やヨーロッパの都心部では、アートや文化活動が及ぼす直接・間接の経済効果を根拠に、文化産業が衰退する都心部の再生に導入されるようになっていっているとされる。

象徴資本と都市の関係について、資本蓄積という観点から考える Miles and Hall (2000: 99) によれば、1980 年代から都市は根本的に変化しており、工業化－脱工業化、モダン－ポストモダン、フォーディスト－ポストフォーディストなどの対比的な概念でその変化が説明されてきたが、中でも都心部の強化は重要な変化の象徴である。都心部の変化は、広範囲におよぶ都市再開発、遊休化した工場跡地の再開発、産業・建築遺産の再利用、衰退する地区の高級化などにより導かれているが、このような都心部の再改造は、企業や観光者、裕福な住民などの外部投資を促すものであり、その成功のためには上述の象徴資本の蓄積が必要である。以上が、Miles and Hall の主張である。なお、ここで言う象徴資本の例として、優れた建築物、ロフト空間、パブリックアート、放置されたままになっていた歴史的な空間や建物などの美化、その他の見た目の美しい空間などが挙げられているが、それらは、上述のように Law が挙げた、都市イメージに関わるアーバンデザイン要素とほとんど同じである。

また、都市形態を研究する Cuthbert (2006: 191) は、Craik (1996: 470) が文化産業によって生産される文化資本 ‘cultural capital’ の形態を、1) 物的空間、2) 壮大な光景、3) 不動産市場、4) フェスティバルマーケット、以上の 4 要素に分類していることに注目し、資本主義の下での都市デザインによる都市空間の商品化と象徴資本あるいは文化的資本の形成が、現在の都心部の観光空間形成を特徴づけているとする。この様な観光と結びついた空間の変化は、都市再生の文脈で進行していることがさまざまな研究者によって検証されている。特に、衰退が著しい都心臨海部工業地区の再生はウォーターフロント開発と呼ばれ、主要な観光空間形成手法として世界中で採用されている (例えば Craig-Smith and Fagence 1995) 。

観光空間としての CBD を理解するためには、以上のように、業務機能、都市のイメージ、アーバンデザイン、そして象徴資本・文化資本などの空間計画・デザインについての考察が有用だろう。

3.2. 文化的消費

観光空間は観光者にとって消費の対象であるが、特に、現代の都市観光は、シンボル性やライフスタイルなどのイメージを重視するポストモダンの文化的消費の現れだとする見方がさまざまな研究者によって提示されている (Selby 2004: 42-63) 。その文化的消費の対象として都市の風景も含まれ、都市観光の重要な資源となっている。世界の主要都市における都心部の風景はグローバル資本の要求に応える形で画一化しつつあるが、観光を重視する個々の都市は、その独自の魅力を観光資源として強化し、他都市との差異化を図るといふ、画一化に対する個性化の試みが都心部空間の変容を導いている、という議論がなされている (例えば Judd and Fainstein 1999, Smith 2007) 。そこでは、文化的消費を志向する、比較的裕福で先進的な好みを持つ人々の興味を惹きつけるために都市空間の高級化が起こり、同時にその反動で既存の住人や社会的弱者の排除が進み、社会的不公平という都市問題が広まっている、との見方がある (例えば、Fainstein 2007, Hall 2006, Hannigan 1998, Jayne 2006, Zukin 1991, 1995, 2010) 。特に、北米の都市部では社会的貧富の差が問題とされているので、観光も含めて文化的消費がそのような傾向を助長するのではないか、という批判的な見方には妥当性がある。

資本活動のダイナミックな米国の都市中心部における文化的消費は、観光都市空間の形成に明白な影響を与えている。米国の都心部地区、いわゆる ‘ダウNTOWN’ の再活性化は都市観光者の来訪を前提とするものであることが多いが、そのような地区において空間のファンタジー化、すなわち空間の文化消費が進行していることを Hannigan は指摘している。Hannigan が ‘Fantasy City’ (ファンタジー都市) と呼ぶ空間は、ダウNTOWN の衰退に対し、

郊外部で新たな都市‘エッジシティ’（Garreau 1992）が形成されている北米ポストモダン大都市の中で、都心部において新たなエンターテインメントが提供され、エンターテインメントのハブ（拠点）として競争力を高めようとする都市である。その要素は、カジノ、巨大ショッピングモール、ヘリテージ開発、テーマパークなど豊富な文化的消費の機会である。そのような都市では、外部からの裕福で消費力を持った観光者を限定的な地区に呼び寄せる一方で、既存の衰退地区の崩壊が進行している、と見られている。都市のエンターテインメント化と呼ばれるこの現象については、都市のテーマパーク化やショッピングモール化（Sorkin 1992）、あるいは、ディズニー化‘Disneyfication’などと呼ばれ（Spirou 2011: 196-197）、ひとつの社会現象になっているという議論が展開されている。ニューヨーク市最大の CBD であるミッドタウン・マンハッタンのタイムズスクエア地区におけるディズニー・ストアの開店は、都市のエンターテインメント化のはじまりとして知られる（Fainstein 2007）。

Zukin（1991、1995、2010）は、反資本主義、反エリート主義の視点から、文化的消費と都市空間の観光化について批判的な見方を展開している。Zukin によれば、文化的消費が支配的になるポストモダン都市において、民間資本や観光者を獲得するために象徴資本の蓄積が進み、公共空間の私有化、真正性の消失、あるいは都心高級化（ジェントリフィケーション）に伴う中産階級やエリート層による都市空間の占有が進み、その結果、多様な都市住民や社会的弱者の排除が進み、社会的不公平性の拡大につながっている。そして、そのような都市では、地域独自のローカルな生活環境を構成していた多様な用途の単純化が起り、都市空間はより画一的でテーマ化されたものになり、非民主的、非人間的なものとなっている。しかし、Zukin は、文化的消費あるいは観光と都市をどのような空間的に調和させるべきか、観光都市の空間はどのようにあるべきか、といったことについては具体的な考えを示していない。Zukin に代表されるこのような批判に対して、ディズニー化への不安は、マスカルチャーに対するインテリの偏見である、という見解もある（Berman 1982、Fainstein 2007 による引用）。

上記の議論は、都市空間を差異化するための手段としての、地域文化の保存に関する議論につながる。例えば、Hall（2006: 111）は、文化遺産（ヘリテージ）とノスタルジアの風景に対する関心が現代都市に共通して見られる現象であり、新旧の建築様式の折衷、土地の固有性や地域の独自性の強調、史跡説明版の設置など、ポストモダンの要求が高まっている、と考える。Hall はまた、よく知られた過去の歴史や貴重な歴史的建築物などにより表現されるヘリテージは、都市空間の消費者である観光者にとって魅力的な商品となる、と述べている。つまり、ヘリテージやノスタルジックな都市風景は、ポストモダンの都心部において、都市空間を文化的消費の対象とする観光の重要な資源になる、という考えである。また、Hall は、工場跡地までもがヘリテージ化されて、かつての重工業のイメージが取り除かれ、観光振興の戦略となっていることに関心を寄せるが、Jayne（2006: 171）は、これを‘heritization’という言葉で紹介している。このように都市が文化的消費の場となる世界的な傾向について、Jayne（2006: 200）は、ニューヨーク、パリ、ロンドン、東京などの最上位グローバルシティは、観光、企業、国際機関、イベントなどの誘致で互いに競争しており、その競争のために文化的消費の場の提供が最優先されている、と言う。このような競争が、グローバルシティの都心部の変容を導いている、という見解である。以上のように、CBD の空間については、従来、CBD にとって特に不可欠というわけではなかった文化的消費の要素が、ポストモダンの文脈で重要になってきているという議論が活発になされている。

3.3. 生産プロセス

消費という概念は、都市観光だけでなく、観光全般を理解するための重要な概念となっているが、Spirou（2011: 198）は、消費ではなく、むしろ生産の視点から観光を理解すべきだとする Judd（2006）の主張に注目している。Judd は、観光は消費システムとして定義されているが、それは産業のひとつであり、したがって生産プロセスとして認識される必要がある、とする。そして、美術館、コンベンションセンター、ドーム型スタジアム、ホテルなどの場所的なインフラストラクチャー‘place infrastructure’への投資が、観光者の経験に大きな影響を及ぼす、と述べる。観光インフラストラクチャーについて Judd（2003: 4）は、都市観光の研究において、その検討がほとんどなされていないと述べ、観光インフラストラクチャーの物理的、社会的、政治的な影響を理解しなければならないと主張する。

観光インフラストラクチャーに関する研究は、Judd and Fainstein (1999: 261-267) が分類するリゾート都市 ‘Resort Cities’、観光歴史都市 ‘Tourist-Historic Cities’、土地利用転換都市 ‘Converted Cities’ の3タイプの観光都市の中で、観光用の土地利用転換に特徴づけられる3番目の都市に焦点をあてて行われている。その研究では、観光インフラストラクチャーの整備に関し、活力が低下する都市の中心部において、空間的に限定した地区に集中して整備を行う都市と、都市全体としての生活環境を向上しようとする都市の2種類のアプローチが紹介されている。米国における前者の例として、Clarke and Saiz (2003) はコロラド州デンバー市を取り上げ、コンベンションセンター、国際空港、スポーツスタジアム、大規模再開発プロジェクトなど観光関連のインフラストラクチャーの整備が同市の再生に貢献したことを示しているが、地域コミュニティによる政治的支援がその整備を可能にしたことに注目している。後者の例としては、Artibise and Meligrana (2003) によりカナダ・ブリティッシュコロンビア州バンクーバー市の取り組みが紹介されている。両研究者によれば、バンクーバー市は質の高い都市生活の実現を優先し、政策的に住環境の向上に力を入れてきた結果、住んでよい場所は訪れても良い場所、という理由で観光都市として成長してきたということである。そして、同市のほとんどの観光施設は民間資金によって整備され、公共投資によるものではなかったことを明らかにしている。公共投資により各種の観光インフラストラクチャー整備を行ったデンバー市とは対照的なアプローチであることが分る。消費に対し、生産という視点から都市観光を取り扱った研究は極めて少ないが、観光インフラストラクチャーの整備を伴うCBDの再開発の検討には必要な視点である。

3.4. ガバナンス

上述のJuddによる土地利用転換都市のように、観光に特化した地区を形成し、管理・運営していくための組織あるいは体制についての研究が近年進められている。Hayllar, Griffin and Edwards (2008: 245-259) は、観光活動を優先する地区を ‘precinct’ と呼び、そこでは多様な利害関係者による集団的な意思決定メカニズムにより、1) 計画・デザイン、2) マネジメント、3) マーケティング、以上がガバナンスとして実施されていくことを理解すべきだと述べる。また、このガバナンスが目指すところは、観光者が望むところの経験を理解し、適切に対応していくことであると言う。例えば、観光インフラストラクチャーの供給あるいはサービスの提供においても、最優先されるものは観光者の経験でなければならない、ということである。このような観点から、Hayllar たちは、Precinct における観光者の経験を分類し、ガバナンスと関連づける試みを行っている。なお、彼らの研究では Precinct の空間規模について定義をしていないが、文献中に提示された事例を見ると、例えばオランダの Grote Markt という広場は1ヘクタール、シドニーのウォーターフロント再開発地区である Darling Harbour が20ヘクタール、ロンドンのテムズ川沿いの再開発地区である South Bank が195ヘクタールとなっており、Precinct については空間規模の定義はあまり重要ではなく、観光者向けの空間として周辺から区別できる地区の存在が要件とされていることが分かる。これに対し、Bosley (2009: 38) は、Hayllar たちが、どのように precinct の境界を地図上で示せるのか明らかにしていないことを批判し、ノースカロライナ州ラーレイ市中心部の事例研究において、観光と都市計画を職業とする人々の個々の空間イメージを調査し、同市における precinct を地理的に定義するという試みを行っている。なお、Bosley によれば、precinct という用語は主にオーストラリアで使われており、同様の地区はヨーロッパや北米では ‘district’ と呼ばれることが多い、ということである。

ガバナンスへの関心は、観光都市の政治や政策に関する多様な主体間の協働やネットワーク、パートナーシップなどのあり方などの研究を推進することになる。現在のところ、CBDに特化した観光地区ガバナンスに関する研究は見当たらないが、都心部の衰退地区の再生を進める precinct に関する研究は進みつつあり、上述の Hayllar たちに加え、例えば Oakley and Rofe (2005) は、オーストラリア・アデレード市のウォーターフロント再開発地区、また Vicario and Monje (2003) は、スペイン・ビルバオ市の都心部におけるガバナンスの展開を取りあげている。

北米や英国の Business Improvement District (BID) と呼ばれる都心部のビジネス改善地区は、都市観光を必ずしも最優先事項とするものではないが、観光を重視する BID も存在し、そこでのガバナンスについての研究も行われている (例えば、Lewis 2010)。BID は他地区との境界を明確に設定されており、地区内の商店主や企業などの土

地所有者が運営に参加するため、研究の対象としては定義が明確であり、観察にも適している。Lewis は、ワシントン DC の BID について検討し、BID では公共空間の再生と共に空間の高級化（ジェントリフィケーション）あるいは私有化が起り、本来公平な利用が前提であった都心部の公共空間が、比較的裕福な住民や観光者などの利用に限定される傾向があることを確認している。BID についての議論は、ガバナンスの役割として、公共空間の質、アクセスコントロール、都市コミュニティへの貢献など、観光と地域コミュニティの利害のバランスが重要であることを示している。

4. CBD 研究の課題と可能性

以上、都市関連分野においても、観光分野においても学術的研究の対象としてこれまで位置づけられてこなかった観光空間としての CBD の研究に向けて、既存の関連研究を、空間形態、文化的消費、生産プロセス、ガバナンスの 4 つの概念的テーマに分類し整理した。この分類はひとつの試みであり、CBD の観光化が学際的な検討課題であることを確認するものである。以下に、この 4 タイプの概念をもとに研究の方向性、可能性および課題について検討を行う。

4.1. 空間的現象としての CBD の観光化

第一のタイプである空間形態と言う観点からの既存研究について見ると、観光との関係で研究対象となる CBD は、Sassen が古典的 CBD と呼んだ、オフィスビルや交通インフラストラクチャーなどが高密度に集積する伝統的なタイプの都市空間である。また、ニューヨーク、ロンドン、パリそして東京などのグローバルシティにおける CBD において、観光がグローバル競争の手段として期待されるようになっており、このような CBD の観光化に伴う空間変容の比較研究がグローバル・スタディの新たな分野となることが期待される。

また、空間の視点から、CBD での観光促進のために都市イメージは重要な要素であることを理解したが、都市居住者を対象に行った調査をもとにした Lynch の都市イメージ研究に対し、居住者に比べ都市での滞在時間が極めて短い観光者を対象に調査を行う場合、イメージの要素はより単純なものになると推察できる。例えば、エッフェル塔や自由の女神のようなランドマークは観光者にとって重要なイメージであろうが、Lynch がエッジと呼ぶ、都市の縁辺において、当該都市の内と外を分け隔てるような河川や大通りなど観光活動の対象とならないような場所はイメージにつながらないだろう。逆に、長期滞在者あるいはリピーターの場合、ランドマークのような確立したイメージだけでなく、訪問先の都市のライフスタイルなどより多様なイメージを持つことになることも考えられ、多様な観光者のタイプを前提に CBD 観光空間を成立させるイメージ要素について探ることも有意義だろう。また、CBD 空間のイメージは、オフィスワーカーの存在にも特徴づけられるものと思われるが、人の風景によりつくられる都市のイメージは Lynch のモデルには含まれていない。オフィスワーカーがつくりだす風景をひとつの観光資源として捉えることにより、都市デザイン学と観光学を学際的に融合させる研究の可能性が生まれるものと期待される。

4.2. 文化的消費現象としての CBD の観光化

第二のタイプである文化的消費は、既存の都市観光研究の中心的なテーマであるが、これまでのところ CBD を対象とした検討はなされていないことを確認した。文化的現象としての都市風景について、既存の関連文献では、脱工業化やポストモダンの世界の主要都市に共通する現象として、その画一化と差異化が進行していると見ている。CBD においてもそのような現象の有無を確認することで、文化的消費の傾向を検討できるだろう。CBD ではグローバル企業のオフィススペースや業務活動ニーズに対応する、グローバルスタンダードの高層オフィスビルやビジネス支援サービス産業が高密度に集積し、世界中であまり差のないオフィス街の風景が広がる中で、観光資源としての都市の個性や魅力がどのように考えられているのか、という問いが可能であろう。それにより、Ashworth (1989) の主張である「都市は観光を必要とはしない」という見方に対し、都市が観光を必要とする程度や理由を示すことも可能になるものと期待される。

既存文献によれば、文化的消費の視点からは都心部空間のテーマパーク化あるいはディズニー化など、メディア産

業が都市空間の変容を導くプロセスが重要な検討事項として扱われているが、CBD という限定的な都市空間に焦点を合わせてメディア産業あるいは文化産業などの関与を調べることで、新しい都市文化産業にとっての CBD の位置づけを知ることができる。通常、CBD においてグローバル企業が入居するオフィスは、企業の格を示す保守的デザインとなるが、メディア産業その他はそのような権威的な建物が集積する中で、どのようにテーマパーク化、ディズニー化を推進できるのか、できるとしたらどのような形を取るのか、といったポストモダン都市の課題が浮かび上がる。ニューヨーク市のタイムズスクエアにおけるディズニー進出のインパクトは規模と内容で特別な例であろうが、そこまで明確ではないにしても、ポストモダンの社会を象徴するメディア産業が CBD をどのように利用しようとしているか、あるいはその逆に、CBD がどのようにメディア産業を利用しようとしているのか、といったような設問も可能になるだろう。

4.3. CBD の観光化と生産プロセス

観光空間の生産プロセスという視点から CBD における観光インフラストラクチャーの種類や整備に焦点をあてると、CBD 観光化の特質がより分りやすくなるものと期待される。観光インフラストラクチャーが観光経験を支えるシステムを構築していくダイナミズムとプロセスについて把握することにより、そこでの観光が一時的な現象であるのか、あるいは、ひとつの都市機能として確立していくのか、都市と観光の関係についての意義ある検討が可能になるだろう。例えば、Judd and Fainstein (1999) の分類による土地利用転換都市では、観光インフラストラクチャーが都市再生と連動するので、新しい都市空間の創造という視点からの検討が考えられる。

観光インフラストラクチャーについて考察する場合、都市システムの形成という概念との関連づけが可能になる。たとえば、大規模コンベンションセンターという観光インフラストラクチャーの整備がある場合、システムの発想は、その単体の機能や規模あるいは経済的貢献度だけではなく、周辺地区の機能や空間とのつながりがどのように組み変わるか、という問いの提示につながる。例えば、衰退傾向にあったボストン市のウォーターフロントに建設された大規模コンベンションセンターである The Boston Convention and Exhibition Center は、周辺地区を元気ある都心地区、すなわち新しい空間システムとして再整備するきっかけとして計画されている (Sasaki/TVS/CSL 2009)。

生産のプロセスにおいては、大規模な観光インフラストラクチャーどうしのつながりだけでなく、小規模なものも含めることが可能だと思われる。例えば、オープンカフェを可能にする歩行空間のネットワークであったり、広場のような公共空間での定期的あるいは季節性のあるイベント開催などは、観光空間の質に関わるきめ細かな仕組みとして調査の対象となるだろう。比較的大規模の観光インフラストラクチャー整備と観光都市のシステムづくりへの関心は、また、関連する主体についての興味を引き起こす。各主体の政治的、経済的、社会的利害や関心がどのようなもので、それがどのように調整されて観光空間が CBD と関連づけられていくのか、また、整備により発生した利益や不利益を誰がどのように享受あるいは負担していくのか、といったようにインフラストラクチャー整備とそのインパクトについて、主体という観点からの問いが成立する。

人材育成や雇用、労働力なども生産プロセスを構成することから、観光には依存していなかった CBD において、それらがどのように扱われているか知る必要がある。CBD の観光化は、観光関連の雇用をどのような分野でどの程度増やすのに貢献するのか、あるいは、人材育成や労働力の確保には問題がないのか、などの生産プロセスに関わる課題を伴う。例えば、上記ボストンのコンベンションセンター整備のような大規模な観光インフラストラクチャーという物的な生産要素と、MICE 関連の人材あるいは労働といった人的な生産要素を関係づける研究も生産プロセスについての理解の促進に有効だと思われる。

4.4. 観光化する CBD のガバナンス

業務機能や交通インフラストラクチャーなどの高密度集中地区の観光化により形成される precinct あるいは district のガバナンスについての検討にあたっては、CBD が単純に都市計画図の上でひとつのゾーンとして指定されることはないため、妥当性のある区域設定が求められる。一方で、上述の Greater London Authority のように、

公式に CBD の境界線のあいまいさを認めている都市もあるので、事例を研究する際には慎重な区域設定が必要となる。実際に、Bosley (2009) の研究が示唆するように、ガバナンスのための区域設定は単純ではないから、BID のような都市マネジメント地区の設定手法なども場合によっては研究に参考となるかもしれない。

CBD ガバナンスについての研究は、都市観光の促進が、公共セクターおよび民間セクターの多様な主体の異なる利害に加え、異なる資源やスキルを持つ複数の利害関係者の関与によるものであることを確認することになるだろう。また、上述のデンバー市とバンクーバー市の取り組みにおいて、公共セクターと民間セクターの関与の仕方により、観光都市として異なる展開が可能であることが分ったが、CBD においても、ガバナンスの多様性やその効果の違いなどが検討課題となるだろう。

5. まとめ

空間形態、文化的消費、生産プロセス、ガバナンス、以上の 4 つの視点に基づくこの文献調査は、CBD の観光化が、都市と観光の学際的な研究トピックであることを示している。これらの 4 つの視点は、CBD の観光化について、特に空間の変容に関心を寄せる研究を推進するための基礎的な概念の組み合わせであるが、まだ他にも関連する概念が存在するものと考えられる。例えば、空間の変容という点では、CBD を特徴づける大規模・高地価の不動産市場が関与してくることも考えられるが、それを文化的消費の課題と関連させて検討するということも考えられる。今後は、CBD の現状を把握しつつ、より学際性の高い研究とするために他の要素についても検討していくことが必要である。

CBD の観光化についての研究は、観光との関係で、大都市、特にグローバルシティと呼ばれる都市中心部の役割や機能の変化についての理解を進め、また、都市再生や都市間競争に関する実践的な都市政策や計画づくりにも有用な情報を提供することができるだろう。CBD 観光化の研究については、上述の Ashworth (2009) に倣い、「CBD は観光を必要とするのか、観光は CBD を必要とするのか」という両者の「非対称性」を前提とする問いを基本に、どこで、どの程度、どの様に、誰が、といった、より微妙な問いを設定し、理論化を図ることが必要であり、また、それが都市観光に関する理論的研究の発展にも貢献するものと期待できる。

参考文献

1. Artibise, A and Meligrana, J. (2003). 'The Infrastructure of a Postindustrial City: A Case Study of Vancouver, British Columbia', in D. R. Judd (ed.) *The Infrastructure of Play: Building the Tourist City*, Armonk: M.E.Sharpe.
2. Ashworth, G.J. (1989). 'Urban tourism: an imbalance in attention', in C.P.Cooper (ed.) *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, Vol. 1, London: Belhaven.
3. Ashworth, G.J. (2009). 'Questioning the Urban in Urban Tourism', in G.Maciocco and S.Serrelli (eds.) *Enhancing the City: New Perspectives for Tourism and Leisure*, New York: Springer.
4. Berman, M. (1982). *All That's Solid Melts into Air: The Experience of Modernity*, New York: Penguin.
5. Bosley, H.E. (2009). *Spatial conceptualization of the urban tourist bubble: Downtown Raleigh, North Carolina in transition*, Ph.D. thesis, North Carolina State University, UMI Number: 3357687.
6. Bourdieu, P. (1991). *Language and Symbolic Power*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
7. Burgess, E.W. (1925). 'The growth of the City: An Introduction to a Research Project', in Park, R.E., Burgess, E.W. and McKenzie, R. (eds.) (2000). *The City*. Cited by Miles, M. and Hall, T. with Borden, I. (eds.). *The City Cultures Reader*, second edition. London: Routledge.
8. Clarke, S.E. and Saiz, M. (2003). 'From Waterhole to World City: Pace-Luck and Public Agendas in Denver', in D. R. Judd (ed.) *The Infrastructure of Play: Building the Tourist City*, Armonk: M.E.Sharpe.
9. Craig-Smith, S.J. and Fagence, M. (eds.) (1995). *Recreation and Tourism as a Catalyst for Urban Waterfront Redevelopment*, Westport, CT: Praeger.
10. Craik, J. (1996). 'The potential and limits of cultural policy strategies', *Culture and Policy*, 7(1), 46-63.

11. Cuthbert, A.R. (2006). *The Form of Cities: Political Economy and Urban Design*, Malden, MA: Blackwell.
12. Deluca, N. 'The BCEC is Using 'Guerrilla Urbanism' to Innovate Vacant Space in the Seaport', *BostInno*, 16 May, 2014.
13. Evans, G. (2001). *Cultural Planning: an Urban Renaissance?* New York: Routledge.
14. Fainstein, S.S. (2007). 'Tourism and the Commodification of Urban Culture', *The Urban Reinventors*, Issue 2, November 07, Celebrations of Urbanity.
15. Garreau, J. (1992). *Edge City: Life on the New Frontier*, New York: Doubleday.
16. Greater London Authority (2008). London's Central Business District: Its Global Importance.
17. Hall, P. (2005). 'The World's Urban Systems: A European Perspective', *Global Urban Development*, Volume 1, Issue 1, 1-8.
18. Hall, T. (2006). *Urban Geography, 3rd edition*, London: Routledge.
19. Hannigan, J. (1998). *Fantasy City: Pleasure and profit in the postmodern metropolis*, London: Routledge.
20. Harris, C.D. and Ulmann, E.L. (1949). 'The nature of cities', *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 242: 7-17.
21. Hayllar, B., Griffin, T. and Edwards, D. (2008). *City Spaces-Tourist Places: Urban Tourism Precincts*, London: Elsevier.
22. Hoyte, H. (1939). *The Structure and Growth of Residential Neighborhoods in American Cities*, Washington DC: Federal Housing Administration.
23. Jayne, M. (2006). *Cities and Consumption*, London: Routledge.
24. Judd, D. (ed.) (2003). *The Infrastructure of Play: Building the Tourist City*, New York: M.E. Sharpe.
25. Judd, D. (2006). 'Commentary: Tracing the Commodity Chain of Global Tourism', *Tourism Geographies*, Nov 2006, Vol. 8 Issue 4, 323-336.
26. Judd, D. and Fainstein, S. (eds.) (1999). *The Tourist City*, New Haven: Yale University Press.
27. Law, C. M. (2002). *Urban Tourism: The Visitor Economy and the Growth of Large Cities*, Second Edition, London: Continuum.
28. Lewis, N.M. (2010). 'Grappling with Governance: The Emergence of Business Improvement Districts in a National Capital', *Urban Affairs Review*, November 2010, Vol. 46, 2, 180-217.
29. Lynch, K. (1960). *The Image of the City*, Cambridge, MA: The M.I.T. Press.
30. MacCannell, D. (2000). 'Symbolic Capital: Urban Design for Tourism', *Journeys*, Vol. 1, Issues 1/2, 157-182.
31. Manhattan Community Board Five (2012). *District Needs Statement 2012*, <http://www.cb5.org/cb5/about/district_needs/>.
32. Miles, M. and Hall, T. with Borden, L. (eds.) (2000). *The City Cultures Reader, Second edition*, London: Routledge.
33. Murphy, R.E. (1972). *The Central Business District: A Study in Urban Geography*, Chicago: Aldine-Atherton.
34. Oakley, S. and Rofo, M. (2005). 'Global Space or local Place? The port Adelaide Waterfront Redevelopment and Entrepreneurial Urban Governance', *Governance* 23, 1-16. Refereed Proceedings of the State of Australian Cities Conference, Griffith University, Brisbane, November 30th to December 2nd.
35. Page, S. and Hall, C.M. (2003). *Managing Urban Tourism*, Harlow: Prentice Hall.
36. Pearce, P. and Fagence, M. (1996). 'The Legacy of Kevin Lynch: Research Implications', *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, No. 3, 576-598.
37. Sasaki/TVS/CSL. (2009). *Boston Convention & Exhibition Center Strategic Development Plan*, prepared for the Massachusetts Convention Center Authority.
38. Sassen, S. (1991). *The Global City*, New Jersey: Princeton University Press.
39. Sassen, S. (2001). 'The Impact of the New Technologies and Globalization on Cities', in Graafland, A. and Hauptmann, D. (eds). *Cities in Transition*, Rotterdam: 010 Publishers.
40. Selby, M. (2004). *Understanding Urban Tourism: Image, Culture and Experience*, London: I.B. Tauris.
41. Smith, M.K. (ed.) (2007). *Tourism, Culture and Regeneration*, Cambridge, MA: CABI International.

42. Sorkin, M. (ed.) (1992). *Variations on a Theme Park: The New American City and the End of Public Space*. New York: The Noonday.
43. Spirou, C. (2011). *Urban Tourism and Urban Change: Cities in a Global Economy*, New York: Routledge.
44. Vicario, L. and Monje, M.M. (2003). ‘Another ‘Guggenheim Effect’? The Generation of a Potentially Gentrifiable Neighbourhood in Bilbao’, *Urban Studies*, Vol.40, No.12, 2383-2400.
45. WGM Design Group (January 30, 2013). *An Urban Renewal for Europe’s Largest Business District*.
<<http://wgmdesigngroup.com/an-urban-renewal-for-europes-largest-business-district/>>.
46. Zukin, S. (1991). *Landscapes of Power: From Detroit to Disney World*, Berkeley: University of California Press.
47. Zukin, S. (1995). *The Cultures of Cities*, Malden, MA: Blackwell.
48. Zukin, S. (2010). *Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places*, Oxford: Oxford University Press.

付記

本稿は、2013 年度阪南大学産業経済研究所助成研究（C）「都市観光の視点に基づく東京中心業務地区再開発の計画論的分析」における研究成果の一部である。