

「都市の世紀」を担う人材の育成と新たな学問領域の開拓を目指す ——亜細亜大学都市創造学部への挑戦

後 藤 康 浩

亜細亜大学都市創造学部 教授

亜細亜大学は、2016年4月に都市創造学部を開設した。「都市」を冠する学部・学科は従来、都市工学、都市設計をはじめとする工学部系が大半だったが、本学部は、住みやすく活動的で創造性の高い都市をつくり出すための学問を目指す文系の学部である。いわば、都市工学が都市のハードウェアを考える学問とすれば、「都市創造学」は都市のソフトウェアを生み出す学問であり、パソコンやスマートフォンにおけるOSやアプリケーションソフトに当たるものといってよい。いま、日本はもちろん世界が抱える問題の多くは都市に集約され、アジアでは、とりわけ都市が環境、交通、雇用、教育、衛生、貧富の格差など幅広くかつ深刻な問題を抱えている。「興亜（アジアを興す）」を建学の精神の一つに掲げる本学は、創立75周年に当たって、アジアへの新たなアプローチを都市創造学部で目指すものである。

本学部の構想が生まれた発端のキーワードは、「人を幸せにする街」である。法学部、経済学部、文学部などの人文系学部はもちろん、工学部、理学部の理系学部も含め、学場で「人の幸せ」を志向しないものはないだろう。それを人の活動領域や社会機能などで切り分ければ、例えば法学部や工学部といったように分類できる。しかし、そういった既存の学問区分や領域分けでは捉えきれない新しい問題が目立つようになり、その解決のために学際的、統合的なアプローチがこの四半世紀、大学や学界の場で続けられてきたといえる。問題は、学際的なアプローチにも限界や飽和感がみえてきたことにある。

われわれの考える「都市創造学」は、都市に対する学際的なアプローチというよりも、都市そのものを新たな包括的な学問領域として認識しようとするものである。都市の持つ多面的な要素を分割し、各学問領域のアンクルで捉えるのではなく、また、「交通と経済」

「貧困解消と教育」といった学際的なアプローチだけでなく、都市を総合的に捉え、そこで発生している問題の解決や改善、ひいては都市の全体的、均衡的、人間重視的な発展を目指すホリスティック（Holistic）な取り組みといえる。

具体的には、道路の渋滞を交通信号の制御や新しい道路の建設、地下鉄その他の公共交通機関の整備といった直接的な解決法だけでなく、ビジネス街と商業地域、住宅地域の位置的、機能的関係から考え、その再配置や活性化、ビジネス分野・機能の転換なども構想していく。その中には官民の分担と協力、大きな青写真づくりのための産学官協力、街の改善のための資金調達、金融スキーム構築、推進役となる人材の育成、住民との対話、住民や企業を巻き込んだ参加型の街づくり・行政の実現などが包含される。

これを分割し、個別に進めれば、都市設計はできても住民の受け入れや企業の理解が得られなかったり、住みやすさとは相容れない街ができる恐れもある。それらを全て達成できても、途方もない資金が必要になれば、行政を圧迫し、将来の住民サービスにしわ寄せがゆく。行政主導で壮大な青写真を描いても、それが



マレーシアのショッピングモール開発に取り組む本学部卒業生をイメージした、広報用アニメの1画面。3本のアニメが大学HPやYouTubeを通じて視聴できる。

現実に住民の快適性や経済活動の効率性、創造性や地域文化の発展につながるとは限らない。

「ホリスティック」の語源がギリシャ語で全体を意味する「ホロス」にあり、そこから、健康を意味する「ヘルス」も生まれた。都市に対するホリスティックなアプローチこそ、いま、都市を健康的で文化的な調和の取れた場に再生する道だと考える。大言壮語に聞こえることを百も千も承知でいえば、都市創造学は、都市を部分ではなく全体として捉え直し、都市を進化させる学問と定義したい。都市創造学による総合的なアプローチこそ、「人を幸せにする街」の創造が可能であると考えている。

もちろん、歩み出したばかりの本学部がこの理想を実現するだけの能力や機能を持っているかと問われれば、まったく不十分であると答えざるを得ない。掲げた理想と現実の力の間に大きな溝があることは、重々認識している。ただ、本学部は「理想だけ言ってもそんなことは無理だ」といった諦観に支配されることなく、また既存の学問の慣れ親しんだ居心地のいいソファにゆったり座って時の過ぎるのを待つつもりもない。現実の都市と向き合い、そこに学生とともに乗り込んで、ソリューション型フィールドワークを通じて、泥にまみれて、叩かれながらも新しい学問領域をつくり上げ、理想を1%ずつ実現していく覚悟である。

では、本学部でどのような教育をしていくのか。

本学部には、「都市デザイン」「都市コンテンツ」の二つのコースを設けた。前述したパソコンやスマートフォンの比喻でいえば、「都市デザイン」はOS、「都市コンテンツ」はアプリケーションソフトに当たる。

都市デザインコースでは、都市の構造や機能の青写真を描き、それを実現していくための要素を学ぶ。大都市が抱える人口密集、交通渋滞、環境汚染などの問題を解決する「都市ソリューション論」はその柱の一つである。1990年代以降、世界の都市問題の解決をITの高度な活用によって図ろうという試みが産学官でグローバルに展開されてきた。「スマートシティ」は、それを表現する巧みなネーミングである。上下水道の建設および運用をより効率的にすることによってインフラ予算を削減したり、信号制御や時間帯別の道路規制などで渋滞の緩和を図り、さらには大型台風の接近といった非常時に、洪水被害の予測に基づいて住民の避

難誘導を行ったりすることもスマートシティのコンセプトのなかで実現されてきた。

スマートシティ推進の重要な要素技術となるのは、「ビッグデータ解析」である。2011年の東日本大震災は東北地方に甚大な被害をもたらしたが、首都圏においては人的、物的被害こそ多くはなかったとはいえ、「帰宅困難者」の大量発生や車の大渋滞など、都市機能に関わる新たな問題も浮上した。そこで注目されたのは、携帯電話・スマートフォンによるショートメッセージやSNSの発信を解析した人や車の動きである。特定の場所や道路に多数の人や車が集中し、混乱や危険を招く状況に関する大量の情報が利用可能になり、それを解析すれば、人や車を安全かつ迅速に混乱なく、誘導できる可能性が高まっている。

本学部では、学部開設構想の初期段階からビッグデータに着目し、日本IBMの広範な協力も得て、日本の大学では随一ともいえるビッグデータの講義、実習ができる体制を整えた。ビッグデータの研修を通じて、データの解析・活用方法を身に付け、スマートシティの理解や実践へと学生を導きたいと考えている。いずれにせよ、本学部はITの高度で実践的な利用なくしては成り立たないのであり、文科学部部とはいえ、ITの実習はきわめて重要になる。

また「都市デザイン」では、亜細亜大学も属する東急グループが主導し、JR東日本や東京都渋谷区などが手を携えて取り組む渋谷駅周辺の再開発が一つの目に見える事例となる。東急東横線と地下鉄の相互乗り入れおよび駅の地下化といった交通体系の大規模な再編、高層ビルの建設による地域機能の変革、コンサートホールやイベント会場の拡充による文化的機能の再強化、多様な店舗・飲食店の集積による商業機能の高度化などをホリスティックなアプローチで進めることが、渋谷に住む人、渋谷で働く人、渋谷を訪れる人を幸せにする。これがまさに、本学部が目指す都市デザインの好例である。

もう一つの「都市コンテンツ」は、都市という花壇で多彩な花を咲かせるための学問である。分かりやすい例でいえば、多数の人を集める音楽や演劇、花火大会、お祭りなどのイベントの企画開催といったものである。学生には、そこに地域の文化を盛り込んだり、地元の企業、学校、地域住民を巻き込んだウェーブを

生み出す智恵も身に付けさせたい。

都市コンテンツには、「分かりやすい街」という概念もある。街中の地名表示、地図あるいはバスターミナルの行き先掲示や時刻表、駅の券売機などを、初めての人や外国人でも迷うことなく簡単に使えるように、ゲーム機や家電機器の表示・操作などで培われたゲームニクスの技術を活用する。そうした分野で日本の第一人者も、本学部にはいる。

一方、地域に経済力がなければ、そこに住む人を幸せにすることはできない。どのような産業を都市で花開かせ、どんな企業を誘致し、雇用を創出し、経済を活性化させるかも都市コンテンツの大きな柱となる。従来は、工業団地を造成したりインキュベーション施設を建設することが経済活性化の手法とみなされてきたが、ハードウェア優先では地域経済の持続的成長が難しいことを地方の疲弊が示している。経済活性化のコンセプトづくりや手法は都市創造学の大きな目標であり、経営学を積極的に都市コンテンツに取り込んでいきたいと考えている。

成長するアジアの国の多くは外資の導入による労働集約型産業の構築によって雇用を創出し、輸出を拡大している。だが、各国の成長モデルは類似しており、一定水準に達すると差別化が難しくなり、成長が鈍化し、展望が開けなくなる。その症状が、国によっては「中進国の罠」と呼ばれるものである。都市創造学が目指す産業政策は、各都市が個性的で、独自の競争優位を構築・維持できるようなものであり、激化するアジアの都市間競争に向けた都市ごとの産業戦略を示していきたい。

その流れで、本学部の特徴的なのは発信力を重視していることだろう。都市が優れた特性や潜在力を持ちながら世界に発信できなければ、力を発揮しえない。そのため、本学部では旧来のマスメディアに加え、インターネットやデジタルサイネージなど次々に台頭する新たなメディアを通じた重層的な発信手法が発展するなかで、都市を表現し、発信する手法を「広報コミュニケーション論」などで学べるようにしている。21世紀においては「発信なくして都市はない」のである。

都市コンテンツのなかでは、やはり“アプリケーション”を主導的に動かす人材が必須である。そうした人材をわれわれは「都市プロデューサー」と名付けてい



ジャカルタの交通渋滞解消に取り組む本学部卒業生をイメージした、広報用アニメの1画面。

る。プロデューサーは、いうまでもなく、企画立案から推進チームの人事、必要な資金の調達、進行管理など業務全体を把握し、推進するリーダーである。都市創造学部で育てたいのは、まさにこうした能力と感性を持つ「都市プロデューサー」なのである。

こうした教育が実践的であるため、いわゆる実務家教員が多数関わってくることになる。学部開設によって新たに専任となった教員のおよそ半分は実業界出身である。松岡拓公雄学部長は建築家で、丹下健三建築事務所時代には東京都庁など多くの巨大プロジェクトを主導するなど、世界で活躍。独立後、日本建築学会賞や土木学会デザイン賞などを受賞した札幌・モエレ沼公園や鳥取フラワーパークなど、全国に多数の作品を創ってきた。

教授陣には日本 IBM、日本政策投資銀行、みずほ銀行、サムスン経済研究所、ニンテンドー、電通、日本立地センター、日本経済新聞社など実業界出身者がそろっており、それぞれの専門分野を生かした教育に当たっている。一方、本学部の土台となっているのは社会学であり、日本を代表する都市社会学者のひとりである有末賢教授（前・慶應義塾大学法学部教授）をはじめ、社会学、経営学のベテラン教員が学生の学問的な基盤づくりを担っている。本学部は、社会学、経営学の基盤と実務的、実践的な教育が組み合わさることによって、有為な人材が生まれると考えている。

教育面の大きな特色は、海外留学と海外インターンシップである。亜細亜大学は海外留学の比率が全国トップレベルであり、本学部は、原則として全学生に2年次後期の5カ月間の海外留学、および現地における3週間のインターンシップを義務付けている。留学先は



2016年10月に亜細亜大学キャンパスで開催した研究シンポジウムには、外部の研究者、実務家、学生などが多数参加した。

中国、韓国、ベトナム、タイ、インドネシアのアジア5カ国と米国である。学生には入学時に選択した第2外国語に対応する国に留学し、現地で生きた語学を学び、将来、その場所で働けるレベルまで語学力を高めさせたい考えである。語学を一定レベルにまで引き上げた上で、現地の日本企業においてインターンシップを経験し、より実践的な言葉と仕事を理解させる流れである。もちろん、全ての学生を第2外国語で高いレベルまで到達させるのは容易ではないが、留学という目標を入学当初から与えることによって、高いモチベーションを持たせることができる程度できているように思われる。海外留学とインターンシップは本学部の特徴である一方、われわれ教員にとっても大きな挑戦であることは確かである。

さて、最後に再び、本学部を開設した基本認識と世界の潮流を紹介したい。現在、世界の人口は74億人に達しているが、その54%すなわち過半は都市に住んでいる。1950年に都市に住む人口は33%にすぎなかったが、世界では都市化の波が急激に進んだ。20世紀は「自動車の世紀」「戦争の世紀」「石油の世紀」などさまざまな名称が冠せられたが、われわれは21世紀は「都市の世紀」と考えている。現在、人口が1000万人を越える「メガシティ」は世界に28都市あり、2030年には41都市に増える見通しである。2050年には世界の都市人口比率は66%に達し、63億人が都市に住むことが予想される。人々はより安全で、より快適、より豊かな暮らしを求めて都市に移動し、その結果として都市

は今後、大きな課題に直面することは間違いない。

人口密集に伴うスラム化、環境や衛生状況の悪化、教育の不足、交通渋滞、治安の悪化などの都市問題は先進国において先行して深刻化し、それに対処するための取り組みも先進国で進んだ。都市問題を分析する社会学が発展し、より効率的な都市経営も追究された。そして、ITを活用したスマートシティのアプローチも世界に広がっている。

そうした都市に対する新しい学問は、米欧では「シティ・サイエンス」「アーバン・イノベーション」といった名称で、この10年で劇的に拡大した。米MIT、スタンフォード大学などにシティ・サイエンスなどの学部が新設され、オランダ、ドイツ、オーストリアなど環境や都市生活に敏感な国でも同じ様なアプローチが産学官で模索されている。本学部はそうした潮流に刺激され、参考にして生まれたが、志はより大きく広い。日本の地方の再生、活性化を視野に入れ、さらにアジアの大都市に何らかの貢献をしたいと考えているからである。足元の問題だけでなく、日本全国とアジアを活躍の舞台にすることを目指していく。

大学にとって重要な、学生の就職先として考えているのは、やはり都市開発関係の不動産や建設、小売企業などの開発部門、さらには製造業の商品開発分野もターゲットである。なぜならば、良い商品は今後ますます都市の暮らしを反映し、その向上を狙ったものにならざるを得ないからだ。自治体の都市開発や地域振興、企業誘致などの部門にも人材を送り出したい。留学先であったアジアの大都市で働く卒業生も出てくるだろう。どのような企業、組織、職種であっても、本学部出身者は都市を科学的に捉え、都市を進化させるような人材に育ってほしいと考えて、今後の教育に当たりたい。

最後になるが、本学部は都市創造研究所を付設研究所として開設した。都市創造学という新たな学問領域を深めていくとともに、実践的な学問にしようという狙いからである。本年5月に学部開設シンポジウム、10月に研究シンポジウムを開催し、対外発信はすでに始めている。その中で、自治体や企業から相談事や共同研究、分析や提言なども求められている。

2020年には、東京で2回目の夏季オリンピック大会が開催される。1964年の東京五輪が東京を質的、機能

的に世界水準の都市に飛躍させるきっかけとなったように、2020年の五輪も東京を大きく変える契機になるだろう。東京の新たな飛躍に向け、本学部は実践的な力を発揮していくとともに、優れた人材を送り出してゆく決意である。第一期生が卒業する年がオリンピックヤーになることを、私たちは偶然ではなく必然と感じている。

都市創造学は書物や教室だけで進化できるものではなく、常に現実の都市の問題と関わり、その解決に挑戦することによって磨かれていくと考える。学問としての進化と教育の深化を連動させ、本学部をこの分野における日本のパイオニアにすることがわれわれの希望であり、われわれに課せられた使命と考えている。

〔日本私立大学連盟『大学時報』371号（2016年11月発行）に掲載〕