

「モールの死」の向こうに見えるもの

武蔵野美術大学教授
松葉一清
Kazukiyo Matsuba



インターネット上の動画サイト「YouTube」で、映像作家ダン・ベルが製作した「デッド・モール」が人気を集めている。米国各地に散在する閉鎖に追い込まれたショッピングモール、閉じていないまでも限られた数のテナントしか営業していないところも含めて、数十ほどの動画ファイルがアップロードされている。わが国でも閉店したショッピングモールを「廃墟探訪」として面白がる若者が存在するが、どちらかといえば極端な個別例なのに対して、米国の「死んだモール」は全米に蔓延する病弊ゆえに共感を呼び関心を集めている。

ダン・ベルの「デッド・モール」で興味深いのは、冒頭に今は死んだモールが開店時にテレ

ビで流していたコマースシャルフィルムを収めているところだ。いかにも幸福そうな子どもたちがはしゃぐ家族の光景が、派手なバックグラウンドミュージックや訪問を促す陳腐なナレーションとともに映し出される。ピンク系を強調した衣装やかわいげないインテリアの装置の数々。その騒々しさが消費の浮き立つ気分をかき立て、現在の「死んだ」状態との対比を強く印象づける。それを見ていると「エブリデー・カルチャー」という言葉が思い出された。

消滅する普段着の文化

一九七〇～九〇年代の米国における「建築の革新」を巡る議論は、ある意味、「エブリデー・

代以降、商業主義に基づく「大衆迎合（ポピュリズム）」の傾向を強めたことを追い風に浸透した。ヴェンチュリー自身も自著のなかで「アグリデー・カルチャー」という用語を使うようになった。市民権を得たことで悪ぶって「醜悪」といわずとも、それが日常の価値観として多数を占めるに至ったためだ。

「死んだモール」の多くは、その一九八〇年代に登場し、てらいもなく「絵に描いたような標準的な家族」を主人公に「エブリデー・カルチャー」、つまり「日常のハレの場」であることをアピールして自己宣伝に努めた。ダン・ベルは、そのゆるい幸福感が米国の現実のなかで今やどうなったかを問いかける。多くのひとびとが変化に気づき、「わが家の近所もこうなっていた」と「死んだモール」の情報を寄せてくるのである。

対岸の火事ではない

現実の都市と建築の現状を考えると、この話はとても深刻な未来を予感させる。二〇一七年に米国のショッピングモールのテナントで閉店する小売店舗数は、三千を優に超えるとの予測もある。モールに出展しているテナントには

世界規模のチェーンが多く、閉じるとなると一気に数百から千の単位のテナントが失われてしまう。建築、そして建設業という視点に立つと、「エブリデー・カルチャー」の施設を、とりわけ地方都市在住のひとびとに供給してきたことは、それこそ「日常の喜び」を味わってもらおうという点で、本業に根ざした社会的貢献を業界として果たしてきたことになる。しかし、それが一転、社会から無用だと放り出されてしまいつつある窮状を、海の向こうで起きている「対岸の火事」と等閑視してよいのだろうか。

西日本を訪ねると、「イオン」や「ゆめタウン」などの商業資本が、ひとつの中核都市の郊外にそれぞれモールや店舗を開設してのぎを削っている。今のところ、中心市街地の衰退もあって、どこも盛況で「デッド・モール」の影は忍び寄っては来ていない。イオンモールの建築などは、米国などの郊外モールの先例も踏まえて、かゆい所に手の届くような仕立てで多くの家族連れを楽しませ、まさに「エブリデー・カルチャー」の担い手として機能している。中心市街地の衰退の分析をしている都市計画の専門家の間でも、そうした郊外モールを「整備を終えて定着したインフラストラクチャー」として評価、活用を考える声も聞かれる。

カルチャー」をひとつの価値軸にして進んできた。モダニズムの建築の機能・合理主義偏重を批判したポスト・モダンの論客ロバート・ヴェンチュリーは、無装飾な幾何立体的モダニズムの建築の「しかつめらしさ」を批判するのに、「アグリデー・カルチャー」という概念を持ち出した。「醜悪で普段着の」と訳すのが直感的でわかりいいだろう。

彼はラスヴェガスのネオンサインのような、いわば「インテリアやエリートが眉を顰める事物」にこそ、抽象的なモダニズムを身に纏ったがゆえに現代建築の陥った「大衆とのコミュニケーション不全」を救済する道があると説いた。その言説は、都市と建築がとりわけ一九八〇年

社会資本が担う幸福感

だが、米国の「デッド・モール」の惨状は、インターネット通販の拡大と、モーターゼーションの国でも若い世代の自動車離れが進んだことに起因している。だとすれば、東京一極集中、超高齢化社会の到来、少子化の進行など、日本に顕著な「負の要因」を加味すると、ひとつの資本が複数のモールを同地域で展開している現況が、このままでいられるはずがないと考えるのが自然だろう。

インターネットなどのヴァーチャル空間の拡大と人口減少が合わせ技として働くとき、都市と建築という現実のハードウェアの空洞化は避けては通れまい。実際、東京都心の高級感を演出したショッピングモールでも、ほとんど客の姿を見かけないところが存在する。そこをダン・ベルが撮るなら、わずかなテナントで営業を続け、アトリウムの噴水などが派手に動いている「デッド・モール」と見分けがつかないかも知れない。建設という業務で、多くのひとびとの「幸福感」を支えてきた業界にとって、仕事の多寡という観点にとどまらず、社会資本構築にこれからのように関わっていくか、対策が急がれよう。