

景観づくりにおける職業人の役割について考える



松井 幹雄 Mikio Matsui

大日本コンサルタント 株式会社

ものづくりにおける「作り手」と「受け手」

映画にせよ、家庭電化製品にせよ、どのようなモノも「作り手」だけでなく、観客あるいは利用者の存在、すなわち「受け手」を抜きには存在しない。「作り手」は「受け手」のためにモノを造るのだから当然である。

そして、質の高い「受け手」の存在は質の高いモノの誕生を促し、「作り手」を育てる。一方、「作り手」の創造力が「受け手」の視野を広げることもある。このように、物づくりにおいて、「作り手」と「受け手」は常に影響し合っている。この関係が良好に仕組まれた時、物事は時間と共に良くなっていくし、そうでない場合は、時間と共に悪化していくことになる。

映画作りの場合

たとえば、映画づくりの場合、職業人である監督が映像と脚本にかかる思いと方針を語り、自らイメージを持って指揮を執る。監督の他、カメラマン、俳優、美術スタッフから庶務スタッフまで、製作チーム全員が「作り手」である。資金も製作者が自ら調達してくる。資金調達から製作、広報まで、「作り手」側の仕事は幅広く、また、どれも重要である。

「受け手」は、見るために料金を支払い、その出来映えについて、あれこれと感想を持ち、友人達と会話を楽しむ。そして、感性を育み、人生の楽しみを拡げる。見る自由も見ない自由も、普通に存在している。その傍らで、製作側は「受け手」側が支払う料金の積み重ねによって製作費を回収し、利益を出して、次の製作のための評判と資金の一部を積み立てていく。そうやって、映画事業は継続していく。

公共空間における景観づくりの場合

一方、公共空間における景観づくりは「作り手」と「受け手」が混然としている上に、その事業資金は不特定多数の人々の税金をベースに配分されている。結果として、資金提供者の特定も曖昧で、誰が誰のために誰のお金をどのように使って、実施しているかがとても把握しにくい。特に、戦後復興から高度経済成長期にかけて、道路や水源確保のような対象範囲が広域なものから、住宅などの身近なインフラづくりまでを、行政の仕事として、他人ごとの

ように位置づけてしまっている現在においては、なおのことである。

行政マン主導のまちづくり

このような状況を背景に、まちづくりそのものも行政の仕事として行政マンが主導するようになって久しい。この場合、担当した行政マンの情熱によって、結果が随分と変わる。公平さが重視される行政の仕事では、いろいろな制約を乗り越えるために情熱が不可欠だからである。幸いにして、行政マンに地域と連携する人的ネットワークを構築する力があり、また行政をサポートする熱意とアイデアを持った職業人としての設計者が付いていると、うまくいく例が多い。「作り手」側にいる行政マンと職業人の二人三脚に、「受け手」側の役割を持つ地域コミュニティが絡まった時に成功事例が生まれている。

設計調達制度の改変が招いたもの

しかし、近年の設計調達方式の改変により、特定の事業に特定の設計者を随意契約として一貫して張り付けることはとても難しくなっている。加えて、設計者を入札方式で選定する方法が一般化してきて、熱意を持った設計者を行政側が意図を持って選定することが不可能になりつつある。加えて、地域コミュニティそのものも、核家族化、高齢化、少子化、等によって弱体化が進展している。

地域の人材と腕により職業人の支援をベースに、少ないながらも良い事例を生み出してきた行政マン主導のモデルも、このように弱体化の方向へ傾きつつある。

地域コミュニティの再構築

職業人は基本的に頼まれてから動く。だから、まちづくりの企画を最初に立ち上げる行政マンの動機が弱まると、まちづくりの機運も弱まっていく。そのような状況の中で出てきたのが、地域コミュニティ再構築の動きである。「受け手」側の当事者意識を呼び覚まそうとするもので、「作り手」側の不安定な現状を打破する試みとして、徐々に広がりを見せている。

そこではまず、地元の方々が持っている漠然とし

た思いを調整したり、引き出したりするところから作業が始まる。

まちづくりのリーダーを捜し、育てる

関係者ひとりひとりの気持ちの整理とか、関係者同士の対話を通して、当事者意識が高まり、地域の中からリーダーが現れてくるのを促す。そのような、ある意味関係者でありながら他人同士の対話を支援する仕事が、注目を集めている。今はまだ、先進的な試みとして試行錯誤の段階であるが、その仕事の成果として、質の高い「受け手」が育成されつつある。「受け手」が育てば、「作り手」も育つ。時間はかかるが、地域として着実な成長が望めるので、今後の展開が楽しみな動きである。

思いを「かたち」にする職業人の役割

さて、「受け手」が成長してくると、景観づくりの方向性（思い）が定まってくるので、いよいよ、それをかたちにするプロとしての職業人の出番が用意される。「作り手」として、資金調達に直結する諸制度の活用支援、事業計画そのものの立案、といった、情報整理、文書作成、さらには計算・図面描画、模型製作、等の作業をし、同時に、人々の合意を引き出すかたちやアイデアを提案するのが重要な役割で、事業成功を支援する。

ここで、その職業人を誰がどのように選ぶのかという、設計調達制度の課題が再び顔を出す。が、行政任せでない「受け手」が育っていれば、この課題



大泉学園のデッキ

駅前再開発で整備したデッキである。比較検討時に地元説明会を開催し、どちらが好ましいか地元の方々の意見を伺う機会を設けたが、そのような一時的な会では、あまり意見は出てこない事を実感した事を思い出す。結局、設計者として地元の方々の使い勝手を精一杯想像して、自らの倫理に照らして恥ずかしくないものをデザインするスタンスで作業にあたった。

は公開コンペなどの方法により、時間とともに良い方向へ向かうのではないかと期待している。

風が吹けば桶屋が儲かる、式の考えではないが、景観づくりのキーパーソンは「受け手」側ではないかと思う由縁である。

事業の成功基準について考える

ここで、現行制度における職業人の役割について概観してみる。ほとんどの現場に職業人が張り付き、事業として成就することに貢献している。その意味で失敗はしていない。

しかし、事業としては無事に完成しつつも、その後の展開には差が出ている。成功か否かの基準は難しいが、一時的な投資効果しかなく、持続性が得られなかったものは、地域資産としてのまちづくり（景観づくり）としては不十分と言えるのではないかと、思う。がしかし、それで職業人が咎められるという事はほとんど起きない。（褒められることもほとんどないが）



はまみらいウォーク

横浜市のみなとみらい 21 地区の新たな玄関口に位置する歩行者専用デッキである。

新しい都市開発の現場では地元住民という人々はほとんどいない。ある意味、既存の「受け手」が不在の中で、供用後には利用者の意識の中に、好ましい印象として残る橋をデザインしようとするものである。「作り手」のクリエイティブティーターがダイレクトに関われる仕事であった。

資産効果で測りたい

「景観十年・風景百年・風土千年」という言葉がある。いろいろな解釈がされているが、私は景観でさえも 10 年はかかると言う意味で捉えている。完成後 10 年経過した時点での資産価値を評価し、その源泉となった要素を抽出し、次の事業構築に役立てる仕組みを提案したい。

景観づくりのような貨幣換算しにくい項目についても、もっと議論を重ねて「資産効果」を検討する時期に来ていると思う。なんとかなれば、景観が持続的な効果を発揮していると思うからである。

職業人としての責任

職業人としての設計者は、多くの場合、その場所に住んでいるわけでも、資金を出しているわけでもないにもかかわらず、事業成就の鍵を握る「作り手」の立場にいる。だからこそ、高い倫理性のもとに、「受け手」の意をくみ、思いをかたちにすることに責任を有している。

しかしながら、今現在、「受け手」側の誰もが強い思いを有しているとは限らない。事実、いい加減な「受け手」の存在に、気が抜けることもある。だからといって、いい加減な「かたち」を提案して良いわけではないだろう。自らの倫理観に照らし、「受け手」側の潜在的な思いをくみ取り、自らが思う最善の「かたち」を提案し、「受け手」側を刺激しつつ、やりとりを重ねていくことが大事だと思う。独りよがりになる危険とは常に隣り合わせであるが、常に自問自答しつつも生活者としての自分自身を信じて、提案していくのも職業人の重要な責任と思う。

失って初めて気付く景観価値

「作り手」の立場からは、景観づくりは地域の資産価値向上に直結する、やりがいのある仕事で、職業人としてこれに関わることが出来る喜びはとても大きい。しかし一方で、「受け手」の立場に立てば、景観の価値というものには日常の中に埋没しやすく、漠然としているだけに、無関心になりやすく、知らない間に劣化を許す状況が続いているとも認識している。日々「受け手」の立場にいる多くの人々にとって、景観とは、失って初めて気がつく、そういった類のものになりつつある。

求められる景観価値の広報

それに抵抗するように、専門家の先達や仲間達が、景観づくりの実践の場で、「作り手」と「受け手」の

垣根を乗り越え、真摯なやりとりを経ながらの実践が積み重ねられている。そのような場では、素晴らしい「受け手」が現れたり、景観に目覚めたり、育つものを見聞きするが、身近においては「受け手」が消えつつあるのを「作り手」の一人として切に感じている。「受け手」がいなくなれば、「作り手」も不要となる。

山積している「作り手」側の問題の解決は、当然、急がねばならないが、同時に、「受け手」側に、今まで以上に情報を提供し、対話を行って、身の回りの景観ならびに、その「作り手」にも関心を持っていただく努力をしなければならない。今回のシンポジウムを聞いて、改めてそのこと、すなわち広報の必要性を強く思った次第である。

おわりに

技術者として腕を磨いているだけでは景観は良くならない。よりよい景観づくりを持続・拡大させていくためには、先輩達だけでなく自分たちの仕事も含めて、その意義を伝える広報にもっと力を入れ、「受け手」と共に成長したいという意思表示を社会に示していくことも、職業人の大事なつとめである。と、そう思うのである。皆さんはいかがでしょう？

松井 幹雄 Mikio Matsui

【略歴】

1960年 大阪府豊中市生まれ
1985年 大阪大学大学院土木工学専攻修了
同年 大日本コンサルタント株式会社入社
同社にて橋梁設計、橋梁等土木デザイン業務に従事
現在、同社大阪支社技術企画担当部長
1995～2007年 東京学芸大学 非常勤講師
2008～現在 東京工業大学 非常勤講師

【主な受賞歴】

新四万十川橋 土木学会デザイン賞
川崎ミュージアムデッキ 土木学会デザイン賞
はまみらいウォーク 土木学会デザイン賞
富山大橋 ほか



新四万十川橋梁

地方都市の市街地から少し離れた箇所で、自動車専用道が雄大な四万十川と背割り堤を挟んで並行する中筋川の二つの河川を跨ぐ橋である。設計条件としては、背割り堤を跨ぐ位置で最大支間長が決定される状況で、川を跨ぐ位置にはそれよりも小さな支間長が並ぶシルエットが検討の出発点となった。風景のあり方として、四万十川を跨ぐ位置に最大支間長が配置される方が自然に見えるため、川を跨ぐ位置にも大きな支間長を配する、技術的の回答を模索し、コスト増も十分に抑えた案を実現するに至った。この事例の場合は、検討委員会に地元代表の方々にも加わっていただき、風景に対する率直な意見をいただいた。それに答えるべく、事業者とともに技術的の回答を模索することができたことが、とても印象に残っている。