

2008 年度 卒業論文

主査 浦野 正樹 先生

都市景観の＜理想像＞形成のメカニズム

「場所らしさ」から読み解く

総頁数 35 頁

第一文学部 総合人文学科 社会学専修 学籍番号 1 C0503164

軽部 愛子

目次

はじめに	3
第1章 景観の現状	5
(1) 「美しい景観」	
(2) 戦後の景観計画の歴史	
(3) 「まちづくり」と景観	
(4) 「場所らしさ」と「ふるさと」	
(5) 企業が生み出す景観	
第2章 「場所らしさ」と景観の経験	11
(1) 空間を「場所」化する	
(2) 共同体のアイデンティティとしての「場所らしさ」	
(3) 景観と「共」意識	
(4) 「景観」の発見	
第3章 「場所らしさ」の喪失	17
(1) 没場所性	
(2) 均質空間	
(3) 視点の強制と景観の演出	
(4) 観光のまなざし	
(5) ディズニー化・博物館化	
(6) 断片化する景観経験	
第4章 地域空間の共同性と	23
(1) 空間に対する二つの態度	
(2) 地域空間の共同性と個人化	
第5章 都市景観の＜理想像＞形成のメカニズム	26
(1) 「場所らしさ」としての＜理想像＞	
(2) 「デザイン」としての＜理想像＞	
(3) 「場所らしさ」の新たな局面	
(4) まとめ	
おわりに	32
注・参考文献	33
補足 景観をめぐる戦後の運動史	35

はじめに

2003年に国土交通省によって発表された「美しい国づくり政策大綱」には、次のような文章が記されている。

国土交通省及びその前身である運輸省、建設省、北海道開発庁、国土庁は、交通政策、社会資本整備、国土政策等を担当し、この経済発展の基盤づくりに邁進してきた。

その結果、社会資本はある程度量的には充足されたが、わが国土は、国民一人一人にとって、本当に魅力あるものとなったのだろうか？

都市には電線がはりめぐらされ、緑が少なく、家々はブロック塀で囲まれ、ビルの高さは不揃いであり、看板、標識が雑然と立ち並び、美しさとはほど遠い風景となっている。⁽¹⁾

この文では、私たちの生活する空間に、量的な側面だけでなく質的な側面があるということが示されている。確かに、私たちがその中で生を営んでいる都市空間はさまざまな物的要素によって構成されているが、そうした物的要素のみから私たちが実際に生きている都市、すなわち私達によって「生きられた都市」の在りようを説明しきることはできない。なぜなら、私たちによって生きられている空間は、さまざまな意味に満ちているからである。

「美しい国づくり政策大綱」に示された、空間に対する姿勢の転換は、まさしく、そうした「意味」に満ちたものとしての都市空間の復権なのではないだろうか。

しかしここで疑問が生じる。私たちは、都市空間を景観として捉え、そこに美しさや醜さなどといった意味を与えながら生を営んでいる。しかし、こうした景観の「美しさ」などといった感覚は、どのような意識にねざしたものであり、それは私たちの生においてどのような役割を担っているのだろうか。

そこで、本論文では「美しい景観」という意識をテーマとし、その意識を、実際に形成される景観や景観に関する言説から読み解いていく。

第1章では、まず「美しい景観」としていかなるものが想定されているかを分析した上で、景観の現状を示すものとして、各種制度や自治体の取り組みなど、戦後から現在に至るまでの「景観」にまつわる諸事象について見ていく。

続いて第2章では、「美しい景観」という意識と密接な関わりをもっている「場所らしさ」という感覚について検討する。

第3章では、「場所らしさ」の意識に作用する都市空間の性質について検討する。第4章では、「場所らしさ」の背後にある「共同性」の概念について検討し、第5章では、それらの検討結果を踏まえた上で、景観に関わる言説や実際に形成される都市景観を読み解いて、人々にとっての「美しい景観」という意識がいかんして形成されたか、その過程とメカニズムを考察する。人々が「美しい景観」という言葉を通してどのような景観を求めているのかを明らかにすることで、「景観」というものが人々の生活にとって持っている意味を解き明かしていきたい。

どのような景観を求めるかというのは主体によって異なるものだが、ここでは、こうした人々が求めている景観像をひっくるめて<理想像>と呼ぶ。この<理想像>という言葉は、景観に関する言説において見られる「美しい景観」という語と「良好な景観」という語を総合したよ

うな概念であり、「普遍的・理想的かつ客観的な景観」を意味しない。また、そのような景観が存在していることを想定してもいない。しかし、こうした個々の〈理想像〉には一定のパターンがあると思われる。それら幾つかのパターンの〈理想像〉が形成されるメカニズムを解き明かすことが、本論文の目的とすることである。

なお本論文では、「景観」と「風景」という用語に厳密な区別を設けない。「景観」と「風景」、それぞれの語の用法から考えるなら、「景観」という言葉はそれが地理学の用語として用いられてきたこともあり、客観的なものという意味合いが強いだろう。一方で「風景」という言葉は、「景観」に比べ、より感覚的・主観的なものとして用いられる傾向にある。しかし、これらの定義は論者によって微妙に異なっており、それらの定義の厳密な違いについて分析することは本論文の趣旨から外れる。より幅広い議論を参照するためにも、ここでは「風景」と「景観」という語を明確に区別せずに議論を進めていく。

第1章 景観の現状

(1)「美しい景観」

人々が求める景観のあり方は、多くの場合、「美しい景観」という言葉で表現される。この「美しい景観」というものは、時として、自明のものであるかのように語られる。しかしまた、景観の「美しさ」に関する意見の対立によって景観問題が起こっていることも事実である。「美しい景観」とはどのようなものを指すのだろうか。

2006年に読売新聞が全国の有権者3000人(有効回収数1,741人)に対しておこなった景観についてのアンケートによれば、住んでいる地域で景観を損ねているものとして挙げられるものの第1位は、「空き店舗や廃屋」であった。続いて「ビラ・ポスターなど広告物」、「整備されていない歩道」、「壁などの落書き」、「電線・電柱」といった順番となる。⁽²⁾

ここで、「景観を損ねる」ものとして示されているものから窺えるのは、物事の単なる視覚的様相としてではなく、実生活の利害に関わる要素が視覚的に表象したものとして「景観」を捉える姿勢の存在である。生活環境の物的側面での改善がなされている状態を視覚的に捉えたものが、ここでの「美しい景観」である。

一方、同じ2006年に国土交通省の「美しいまちなみ大賞」をうけた近江八幡市のまちづくりでは、生活環境の改善という観点からだけでは説明できない「景観の美しさ」が想定されている。市の取り組みを取り上げた記事には、以下のように記されている。

琵琶湖に面する同市は、かつての「近江商人」の拠点。物流の大動脈だった「八幡堀」が流れる旧市街地は、伝統的な瓦ぶきの家屋が約200軒連なる。また、郊外のヨシが群生する水郷と集落が、独特の風情を醸し出している。

同市では、昨年7月、郊外の水郷地帯の景観を守るため、全国の自治体では初めて、「景観法」に基づいた「景観計画」を策定した。一部地域では、新築、改築の際は、瓦屋根や白っぽい真壁造りの外壁など農村集落にふさわしい和風建築を住民に要請している。

今年3月、この地域に住む若い夫婦が「洋風の家を建てたい」と市に申し出た。市の担当者が「美しい街並みを保存するには皆の協力が必要」と説得。最初は「どんな家を建てるかは自由」と主張していた若夫婦も、担当者が繰り返し会って景観の大切さを説明すると、和風の家にすることに同意したという。⁽³⁾

ここの旧市街地の取り組みにおいては、前に示したアンケートの場合とは異なり、地域の歴史や文化の連続性の感覚が「美しさ」の基準となっている。この連続性の感覚は、地域の「場所らしさ」とも言えるものだろう。つまり、近江八幡市の水郷地帯では、集落が瓦屋根の日本家屋で形成されてきたという歴史的・文化的な認識があり、それがその土地の人々にとっての「場所らしさ」となっている。この「場所らしさ」が維持されている状態が「美しい景観」と見なされるのである。

しかし、同じ近江八幡市でも郊外の丸の内町においては、以上に述べた2つのタイプとはまた違った「美しい景観」が存在している。この地区の住宅には、開発した業者によって「道路から物干しやエアコンの室外機が見えない」、「屋根にテレビアンテナを設置しない」などといっ

た独自のルールが定められている。特筆すべきは、これらの住宅が、旧市街地や水郷地帯の家々とは異なり洋風の外見で統一されているということである。この住宅地に住む主婦は「子供達の将来のためにも、美しい街がいいと思った」と語っている。⁽⁴⁾

ここから言えるのは、歴史や文化に根ざした「場所らしさ」に基づいた「美しさ」の感覚が在る一方で、そうした連続性に制約されない外見を作り出すような、いわばデザインとしての「美しさ」という感覚も確かに存在しているということである。

以上のように見てみると、「美しい景観」という言葉が用いられるとき人々が想定している都市景観の〈理想像〉は、大きく次の3つのタイプに分けられるということが分かる。

ゴミや放置自転車の撤去、街路樹や歩道の整備など、生活にとってマイナスとなる要素の除去としての〈理想像〉

その土地の歴史・文化・自然などに根ざした「場所らしさ」を維持していくことを目指した〈理想像〉

「場所らしさ」との整合性を問わない、デザインとしての〈理想像〉

のタイプは、空間をとらえる感性の問題であるというよりは、生活の物的な充足度に大きく関わる価値判断である。それに対して や のタイプの〈理想像〉は、質的・感覚的なものに大きく依存している。一体いかなる空間の質が人々に魅力を感じさせるのだろうか。

また、「場所らしさ」の重要性が声高に叫ばれる一方で、「場所らしさ」に関わりのない「美しい景観」も人々に指示されているという事態は、人々の間に「場所らしさ」に関する意識のズレがあることを示している。この「場所らしさ」という感覚の実態と現状を明らかにすることを通して、「場所らしさ」に規定される〈理想像〉と規定されない〈理想像〉の双方について、その成立する根拠を明らかにしていく。それによって、「美しい/良好な景観」とはいかなるものを指すのかを考察していく。

(2) 戦後の景観計画の歴史

ここでは、戦後の都市景観に関わる諸制度および運動の流れについてみていきながら、背後にどのような「景観」にたいする意識や「場所らしさ」のイメージがあったかを見ていく。

1960年代 農村からの出稼ぎ者の都市への流入、地価の高騰、建築物の容積率による密度規制の導入などの現象が複合し、都市の景観を考えるという意識は衰退した。すなわち、「都市の景観は個々の建設活動の結果に過ぎず、それ以上の何ものでもない、したがって個々の土地建物は都市風景の統一性や調和といった曖昧な概念に制約される必要はない、という主張が通説となってしまった」(西村, 2008, p7) わけである。

そのようななかで、景観に関する運動は開発に対する抵抗という形で始まった。1960年代前半、歴史的風土の保存運動が起こる。鎌倉の鶴岡八幡宮裏山の開発問題(1964~1965) 京都タワー建設への反対運動(1964)などがその代表的なものである。歴史的環境の破壊に対する疑問の声は、「開発と保全」に対する問題意識として全国に波及した。こうした市民運動は、1966年の「古都保存法」に結実する。歴史的街並みの保存は、自治体のテーマともなり、1968

年には、倉敷市と金沢市が歴史的景観の保全のための条例を制定している。

この時期における「美しい景観」とは、こうした歴史的街並みの景観をおもに意味していたと思われる。開発その他の社会変動の圧力に直面したことにより、それまで自らの生活と一体となっていた「場所らしさ」が意識化あるいは対象化された時代であるということができよう。またこの運動の背景には、都市空間の公共性を守りたいという人々の欲求があったのではないかということが西村によって指摘されている。(西村, 2008, p8) また、「場所らしさ」が歴史的連続性という観点から判断されていたことに加え、「景観」や「場所らしさ」というものが「守っていくもの」であったという点も、この時代の景観に対する人々の意識の特徴である。

1970年代 景観・風景作りに関連した自治体や国の制度が徐々に増加していくなかで、取り組みの対象となる景観も多様化していった。その一例として、「文化の1%事業」がある。これは、公共建築物に「文化性」を持たせるために建設費に1%上乗せをすることを義務づけた制度である。神奈川県で1977年に初めて実施され、「鎌倉建築」のデザインを取り入れた高校の校舎が建設されたりもした。滋賀県や兵庫県などにおいても導入されている。この動きは、空間の美的側面への意識が高まりつつあったことを示すものと思われる。

1973年のオイルショックの影響により、大都市から地方への人口移動が起こった。こうした現象は、1977年の三全総において、「地方の時代」という言葉がキーワードとされたことともつながっている。地方の個性を重視する社会が目指されたことで、地方の特色ある景観を重視した取り組みが増加することになったのである。

1980年代 この時代には「アメニティ」が都市づくりのキーワードとなった。アメニティとは、快適な環境を意味する、非経済的側面が強い言葉である。この快適な環境とは、安全で衛生的な環境を指すのはもちろんだが、そのみならず、自然や文化財、景観なども含めた、生活空間の「美しさ」や「親しみやすさ」の次元も含むものである。

80年代は、各省庁によって「モデル事業」と呼ばれる一連の事業が盛んに行われた時代でもあった。これは、地域の特性に合わせて計画を作り、それに対して補助金が出されるというものである。景観に関する事業についても、景観を直接の対象としたものから、景観への取り組みを加えることができるものまで、さまざまなものが打ち出された。

80年代後半、バブル経済の時代を迎えると、都市景観に関する意識も変化する。好景気を反映して、「守るべきもの」としての都市景観から、「積極的に作り出していくもの」としての都市景観へという意識の変化が起こったのである。これにより、都市景観の誘導を目的とした自主条例の制定が相次ぐようになる。良好な景観は手を加えて作り出していくものだという意識の発生は、空間に対する姿勢全般の受動から能動への変化を示していると言える。

また、住民や専門家による主体的な景観への取り組みが活発に行なわれるようにもなった。例えば埼玉県の川越市では、歴史的町並みの残る商店街が、行政の制度によらない独自の町並みのデザイン基準を1988年に制定した。

1990年代 1990年前後には、景観条例が相次いで制定された。都市景観というものやそれがもつ価値が広く認識されるようになった時代であると言える。1990年代前半には、都市計画の

立案作業にワークショップが取り入れられるようになり、1990年代後半には、風景計画に市民と協働で取り組もうという姿勢が行政側に見られるようになる。

2000年代 2003年に国土交通省によって「美しい景観づくり政策大綱」が発表され、2004年には景観法が施行された。

景観法は、景観づくりに際して画一的な基準によらず地域が独自性を発揮できるということがその特徴である。景観づくりの主体となるのは「景観行政団体」である。都道府県と政令指定都市、中核市は自動的に景観行政団体となる。それ以外の市区町村は、都道府県の同意によって景観行政団体になることができる。各景観行政団体は、景観法に基づき、独自の景観計画を策定することができる。

地域の特徴ある風景を保存しようという流れの中では、「眺望」の保全の動きも全国に広まりつつある。代表的な例は、京都市の取り組みである。京都市の条例では、特定の場所からの眺望や借景を保全するために建築物の高さの規制がされている。

また、近年の景観を取りまく動きとして特徴的なのは、顕著な自然・歴史的資源がない普通の都市でも、景観や風景への関心が高まっているということである。日常生活の景観がテーマとなり、今まで評価の対象とされなかった建築物や町並みに目が向けられ、その価値が発見されるようになってきている。こうしたことは、景観がひとつの「社会的利益」であるという認識が社会において高まっていることを意味しているだろう。

守るべき歴史的景観という認識に基づく取り組みから始まって、近年になり、ようやく市民が主体となって、自らの住む地域の特性を見出し、その価値を認めて景観づくりに取り入れていこうとする流れが生まれたわけである。つまり、市民目線の「場所らしさ」が景観づくりにおいて重要なカギとされるようになったのである。

(3)「まちづくり」と景観

自らの住む地域の景観に対する人々の意識は日々高まりをみせている。そうしたなかでは、住民が主体となって合意形成をはかり景観づくりを進めていくというボトムアップの取り組みが不可欠となる。こうした住民主体の取り組みは、「まちづくり」と呼ばれる。

この「まちづくり」は、中央集権的であった都市計画に対して、地域の歴史や独自性の尊重のもとに、市民や自治体を中心となって取り組むものを意味しており、全国各地で盛んに行われるようになってきている。

地域の独自性を尊重した景観づくりの一例として、神奈川県の実鶴町の取り組みが挙げられる。実鶴町はバブル期にリゾートマンションの開発に晒されたことで景観に対する人々の意識が高まり、1989年には町の議会がリゾートマンション建設凍結宣言を出している。1994年に施行された「実鶴町まちづくり条例」は、「美の条例」とも呼ばれるが、その大きな特徴は、まちづくりの基準に数値化されたものだけでなく質的なものを積極的に取り入れたということにある。条例では、全ての建築物の基準として「美の基準・原則」が、建築家のクリストファー＝アレグザンダーの考案した「パタン・ランゲージ」という都市計画の発想法に基づき定められている。パタン・ランゲージとは、まちづくりのヒントとして示されたキーワードである。生活環境を構成する要素として全部で253のキーワードが示されており、複数のキーワードを組

み合わせることによって用いる。

この方法で目指されているのは、市民の目線からのまちづくりである。巨大な都市の構造を一気にデザインするというのではなく、一つ一つの取り組みを積み重ねていくことによって町を作り上げていこうというのである。

こうした住民一人一人が高い意識を持ち、地道な活動を積み重ねていくことこそが、やがて「美しい景観」を生み出すという意識は、地域に根ざした活動である「まちづくり」ならでの姿勢である。

(4)「場所らしさ」と「ふるさと」

他のどの場所とも違う、その土地ならではの資産を見出し、景観に「場所らしさ」を語らせる。その背後には、「場所らしさ」に対する強い欲求があるように思われる。これは自らの「根付く」べき土地への強い愛着であるとも言える。この欲求と関連が深いと思われるものとして、「故郷」や「ふるさと」という概念をめぐる一連の動きがある。

「故郷」という概念が発生したのは、19世紀半ばのことである。人々の移動が活発化したことにより、移動先の都市で自らの生まれた土地のことを振り返るという行為が一般的に行われるようになり、「故郷」という概念が成立したのだという。(成田, 2000, p14)

1960年代になると、高度経済成長に伴い、農村から都市への人々の大量移動が起こる。これに伴って、大都市で生まれる人が増え、自分には故郷がないという意識が一般的となっていく。また都市に出てきた人々の故郷としての農村の風景が、大規模な開発の波にさらされて変貌していった時期でもあった。そうした「故郷喪失」意識のもとで、「故郷探し」が始まる。

この一連の故郷の創出や故郷探しの動きは、資本の動きと連動していたということに注意しなければならないと成田は述べている。資本によって故郷の必要性が殊更に強調され、故郷の追及が、資本に導かれる形で進められるようになったというのである。

「自分が今いる場所に愛着をもてるか」、「自分が住む地域は自分のアイデンティティとなりうるか」という疑問のもとに、人々は自分のアイデンティティとなりうる「場所らしさ」を強く求められるようになる。こうした欲求は、今日の一般の都市のまちづくりにも受け継がれているのではないかとと思われる。

さらに、1989年の「ふるさと創生基金」は、以後の地域づくりにおいて「場所らしさ」を強く打ち出す姿勢が主流になる一つの転換点であった。この一億円によって、「場所らしさ」を前面に打ち出した「町おこし」「村おこし」が各地で行われたのである。例えば、高知県中土佐町では、「土佐の一本釣り」という「場所らしさ」イメージを利用し、一億円を使って純金製のカツオを作り展示した。(安井, 2000, p116) また、茨城県石岡市では、地元の「石岡まつり」で40台もの獅子頭が練り歩くことから、14メートルもある巨大な獅子頭を建造した。(中川, 1996, p38) これら「カツオ」や「獅子頭」は、ある意味で「場所らしさ」を示すものには違いないが、その「場所らしさ」は住民の生活から遊離している。いわば、記号化した「場所らしさ」がそこにあるのである。

こうした、記号化した「場所らしさ」が全国に形成されていったことは、「場所」や「場所らしさ」に対する人々の態度に少なからず変化をもたらすものであったと思われる。

(5) 企業が生み出す景観

以上に述べた事柄だけでは、今日の景観のありようの、ごく一面しかうかがうことができない。行政の主導によってつくられる町並みもあれば、市民による自発的な景観づくりの運動もある。しかし、そのほかに企業が作り出していく景観や景観イメージというものも存在しており、それらが実際の景観形成において大きな力を持っていることも事実なのである。

市民主体の景観運動は、「場所らしさ」を破壊するものとしてのさまざまな開発行為に対抗して生じてきた。そうした、場所らしさを破壊する開発行為の一例としては、鎌倉の鶴岡八幡宮の裏山の開発や、真鶴のリゾートマンションの建設が挙げられる。

これらは場所に与えられていた「意味」を破壊するものであったが、一方で、場所に積極的に「意味」を与えていく形の開発も行われている。

例えば、東京都港区汐留には、イタリア現代建築をイメージした建物が建てられ、石畳の歩道や広場が整備された一角がある。

この街は、「チッタ・イタリア」という会社によって管理運営されているが、汐留の再開発自体は「汐留地区街づくり協議会」が決定している。1995年に結成されたこの協議会は、土地区画整理事業区域内の宅地の所有者と宅地の借地権者によって構成される非営利活動法人であり、「安心で安全で潤いのある街」を目指しているという。(森, 2006, p140)

こうした、外国の町並みを再現した例は全国に数多く見られる。南欧風の町並みというテーマにそって開発された神戸市の「キャナルガーデン」など、都市空間に登場した異国の景観は、それがその土地とは無関係の景観であるにもかかわらず、ときに美しいものとして評価される。

さらに、ニュータウンの景観も、企業が作り出す景観の一つである。前述の近江八幡市丸の内町の住宅地の景観も、これにあたるだろう。大阪府泉南郡にある「リフレ岬 望海坂」は、南欧風のリゾートをイメージとして作られた住宅地である。

玄関脇には南欧をイメージさせる柑橘系の樹木を植え、外壁にはフラワーポットを飾るなどした状態で、それぞれの戸建て住宅が「商品」として販売された。住宅を購入した消費者は、入居後も、住民専用のサイトで公開されている植木や花の手入れ方法を参考にしつつ、購入時の状態を維持していくことになる。(吉田, 2006, p159)

「場所」の歴史や文化を掘り起こして地域の新たな魅力を発見していく「まちづくり」活動が盛んになる一方で、企業の活動によってそれまでの「場所らしさ」から遊離した景観が作り出され、それが「美しい景観」として人々に受け入れられる事態もあるのである。

第2章 「場所らしさ」と景観の経験

「場所らしさ」の感覚は、それが歴史的、文化的その他の根拠を持っていることから、自明なものに見なされることが多い。また、自らの故郷の風景は、まさしく故郷そのものでありまた自らのアイデンティティを形成するものであって、そのような風景を保持していきたいと願うことは人として当然の欲求であるかのように言われることもある。しかし、そうした自明のものに見なされる「場所らしさ」というもの、あるいはその「場所らしさ」に対する欲求は、ある一定のメカニズムの下に成立するものであるということを認識しておく必要があるだろう。そこで本章では、「場所らしさ」との整合性というタイプの〈理想像〉について、その源泉を探っていく。

(1) 空間を「場所」化する

「場所らしさ」は、空間を「場所」化することで成立する。「場所」とはどのようなものであるかということについて、後藤はこう述べている。

場所とは均質に広がる数学的な3次元の空間とは異なる、ある種のノードを伴うものである。そこには意味の粗密や強弱がある。〔中略〕建築という行為のみならず、人々の生活の営みは空間を場所化する行動に他ならない。空間に手を入れ、使い込んでいくことにより、さまざまな意味が派生し、そこには記憶が蓄積されていき、場所と呼ぶべきものとなる。(後藤, 2002, p4)

すなわち「場所」は、客観的に捉えられるような確固とした実態を持ったものなのではない。それぞれの主体によって意味づけられた空間が「場所」として成立するのである。特別な意味を与えられた空間が「場所」なのである。

「意味を与える」ということは、漠然とした広がりをもった空間から、特定の領域を縁取って取り出すことである。特定の領域を縁取るということは、そこが外部の空間とは異なっているものであるとして認識することであり、それは「その場所がどのようなものであるか」を定義づけるということである。このような場所に対する定義づけ、これが「場所らしさ」意識の根底にはある。この「場所らしさ」は、それを捉える主体の性質によって大きく異なるという側面を持っている。

ミネアポリスに長いあいだ住んでいる人はその都市をよく知っている。タクシーの運転手は、ミネアポリスの道路を具体的に覚える。そして、地理学者はミネアポリスを研究して、その都市を概念として知っている。(Tuan, 1977=1993, p17)

「場所」は空間に意味を与えることによって成立する。そのため、空間に意味を与える主体の指向性が異なれば、「場所」のたち現れ方、あるいは「場所らしさ」といったものもまた、異なったものとなるのである。

「場所らしさ」が主観的なものであるということは、場所の経験の代表的な一形態ともいえる景観もまた、主観的なものであるということの意味する。景観とは、客観的に観察される都

市の構成物の空間的な配置のことではない。景観が捉えられるとき、すでにそこには様々な意味が伴っている。トゥアンは、このように述べている。

昔から認識されていたことであるが、見ることは、光の刺激を単に記録することではない。見ることは、環境のいろいろな刺激を組織して、指向性をもつ生物体にとって意味のある記号をもたらす流動的な構造にしていくという、選択的かつ創造的な過程なのである。(Tuan , 1977=1993 , p24)

つまり景観は、観察者側にある様々な条件にそって「見出される」ものなのである。空間における無数の知覚体験は、その体験が観察者にとって持つ意味に基づいてあらかじめ選別され、意味あるかたちにとまとめ上げられることによって、はじめて「景観」として経験される。つまり、景観として経験されるものは、常に重要なものとそうでないもの、すなわち、「図」と「地」を持っているのである。

こうした「地」と「図」の関係を説明する際に、よく用いられるのが「ルービンの杯」の例である。この有名な絵は、白い部分と黒い部分からなっている。両脇の黒い部分に注目する、つまりそれを「図」とすると、向かい合う2人の人物の横顔が浮かび上がり、間にある白い部分は背景、すなわち「地」となる。このとき、白く塗られた部分は、黒い部分と同程度に知覚可能なものでありながら、それが「経験」として組織化される段階において異なる比重をもつようになる。同様に、白い部分に注目すれば、杯のシルエットという意味が生まれ、経験される。黒い部分はたちまち横顔ではなくなって背景に退く。

つまり景観は、意味づけられ評価されているものなのである。

何の変哲もない建造物が、そこが歴史的な出来事が起こった場所であると知らされるや、とたんにロマンを感じさせる風景に転化するということも珍しくないだろう。景観の質は見る側のイメージによって規定されるのであり、付加されるイメージは、実際の知覚経験とは無関係な場合すらある。「見る側がその見る対象となる土地について何も知らなくても、見る側に蓄積された何らかのイメージによって、目の知覚経験に従来とまったく異なる意味づけがなされることもありうる」のである。(菅原 , 2003 , p104)

景観を見ることはつまり、イメージに基づいて、「場所」に与えられた意味を見出す行為なのである。この「場所」に伴う「意味」は私たちのアイデンティティと密接に関わっている。人々の空間のなかで行為する上では、「目印」となるものが必要であり、それによって自らの行く先を定め行動にうつる。こうした「自らの位置を特定する目印」は、社会的関係においても必要となるのである。すなわち、自分が何者でありどのような集団に属しているかという意識は、自分にとっての「目印」、すなわちの「場所の意味」を確認することによって維持される。「場所の意味」が失われること すなわち自分の知っている「場所らしさ」が見出せなくなること、それは、自らの立ち位置が把握できない状態を意味する。そのような時、人は戸惑いを覚え、次の行動に移ることができない。

「場所らしさ」は私たちのアイデンティティの源泉であり、「景観」を通してその「場所らしさ」を確認するという営みは、根源的な営みであり、日常的に行われているものであるということがいえる。

(2) 共同体のアイデンティティとしての「場所らしさ」

「場所らしさ」が主観的に形成されるものであるということは、それらの共有が不可能であるということをも必ずしも意味しない。レルフはこう述べている。

おそらく知覚空間をその孤立から解き離すもっと一般的で重要な方法は、文化と経験と意思の相互主観的な関連づけによって与えられるだろう。実際、相互主観性という点から見ると、知覚空間はほとんど孤立することはない。」(Relph, 1976=1999, p50)

つまり、「個人的イメージは、共通の言語や象徴記号や経験を用いることですでに社会化されており、また絶えず社会化されつづけている」(Relph, 1976=1999, p146) ため、個人的に経験された「場所らしさ」は、客観的なものではないにせよ、相互主観的なものとして、共通のアイデンティティを形成するのである。

「場所らしさ」は、場所に関わる個人の記憶だけでなく、様々な人々や共同体の歴史と結びついた集団的な記憶に基づいている。ハイデンは、「都市のランドスケープはこれら社会の記憶を収める蔵でもある」(Hayden, 1995=2002, p33) と述べているが、まさしく、景観は、今いる人々とのつながりや、共同体のたどった歴史を私たちの前に示しているのである。

景観が持つ、共同体の結びつきを強める働きについて、レルフはこう述べている。

景観はその全ての要素がメッセージを伝えるコミュニケーションの媒体である。建物、通り、行列、村のサッカーチーム等のすべてが、地域社会を統合するだけでなくそれを明確にする。そして、共通に経験された景観のメッセージやシンボルは、ファン＝アイクがいみじくも呼んだところの『集合的に条件づけられた場所意識』の維持に役立つ。(Relph, 1976=1999, p93)

つまり、ある土地の景観には、そこで展開してきた歴史や文化の情報が細部にわたって刻み込まれており、観察者は無意識のうちにその情報を読み取っている。埋め込まれた情報を共同体のアイデンティティとして読み取ることによって、共同体への帰属意識が再構成されるわけである。

こうした再構成のメカニズムは、様々な規模の共同体で働いている。例えば身近な例では、富士山が挙げられるだろう。富士山は、国家のシンボルとして、国民の帰属意識を高める働きをしている。富士山を見ると、多くの日本人は、日本人であることを実感した、富士山が間違いなく日本を象徴する景観であると再確認することだろう。共同体の成員に共有されていて、なおかつ強い愛着をもってとらえられるものとして、富士山という景観は機能しているわけである。

こうした国家としてのまとまりから、さらには、もっとローカルなレベルでの地域シンボルまで、様々な共同体のシンボルが生活空間に存在している。それを確認することによって、私たちは、自らが帰属していると自覚する共同体への帰属意識を補強するのである。

どの集団に帰属していると自覚するか、あるいはその帰属している集団がどのようなものであるかという意味づけによって、共同体のシンボルとして位置づけられる景観の種類や意味合いが変化したりする。つまり、特定の地域について、そこで形成されている共同体が主張する

「場所らしさ」というものは、様々な条件によって「地」と「図」に分けられ、選択されたものなのである。「場所らしさ」が選択されるものであるということをしめす例として、アメリカのシンシナティの例がハイデンによって挙げられている。

1989年、市の200年祭にあたって、芸術家のアンドリュー・レイセスターが提案した公園の入り口のデザインが議論を呼んだ。それは入り口にある吊り橋の柱頭部に、羽の生えた豚の像を取り付けるというものだった。この豚の像はシンシナティが19世紀、豚肉加工産業で栄えた「ポーク・ポリス（豚の町）」であったという歴史に対する敬意を表現するものであった。

豚についての議論が市民の間で激しく交わされた。豚は、この都市がすでに脱却した悪臭を放つ産業のシンボルではないのか？豚ではいささか上品さに欠けるのではないのか？他方、機知にとんだすばらしい方法で、豚は都市の精神を表現しているのではないのか？という発言もあった。（Hayden, 1995=2002, p102）

「場所らしさ」の意識が、市民によって異なっていることがわかる。反対派にとっては、豚は都市の「場所らしさ」にふさわしくないものとされている。一方で賛成派は、「場所らしさ」を象徴するものとして積極的に豚のイメージを採用しようとしている。結局、豚の像は公園の入り口に設置されることとなった。この結末を、ハイデンは「シンシナティの住民が都市の歴史的ランドスケープの本質的な部分として豚の町を記憶にとどめ、またそれを人の心に届く新しいパブリック・ヒストリーにすることを選択した結果」であるという風に評価している。（Hayden, 1995=2002, p103）

先述のように、景観の経験や創造には、その場の知覚体験のみならず、様々なイメージも伴っているものであり、むしろこの例に見られるように、歴史的認識や価値意識などのイメージの方がその場の知覚経験よりも大きく作用している場合もある。様々な体験やイメージが人々の交流を通して結びあわせられ、地域の共同体のものとしての「場所らしさ」意識は再構成されるのである。

しかし、近代においてはメディアの普及が地域社会の広がりを越えた「場」を生み出したということが若林によって指摘されている。そして、そうした「場」が作り出す「共同性」は、地域社会における「共同性」よりもはるかに高い「共同性」を持っているという。（若林、2003、p18）

この新たな「共同性」は、人々の生活にとっての「場所」の重要性を低減させると同時に、実際の「場所」における「場所らしさ」の経験を希薄化させる。場所らしさが失われた空間には、新たな意味の付与としての景観が展開される。私たちがそうした景観を捉えるときに「薄っぺらい」という印象を受けるのは自分が決してそこには根付くことができないというような、空虚さを感じるからかもしれない。

(3) 景観と「共」意識

景観が観察者の性質に依存している以上、観察者に特定の条件が備わっていなければ、景観

は成立することすらできない。そうした景観を成立させる条件の一つに、所有感覚というのがある。

都市においては、個人の所有する土地においての建築行為は比較的自由に行うことができる。そのため、いわゆる「ちぐはぐな景観」と呼ばれるものが成立することもしばしばであるが、これは、所有に従って分割するような視点で都市空間を捉えるために起こった事態であるといえる。都市空間を分割して捉える限り、全体性をもっている「景観」は成立し得ない。

つまり、景観を見出す意識の基盤には、「私」でも「公」でもない「共」の領域の認識がなくてはならない。こうした「共」意識と景観の関連性について、佐藤健二は、柳田国男の「村の犬」についての記述を持ち出している。すなわち、柳田がまだ幼い頃には、どこの村にも、誰が飼っているわけでもないような「村の犬」と呼べる存在の犬がいたが、やがていなくなってしまったのだという。この事態について佐藤は、全てが「公」と「私」の領域に線引きされるようになったことにより、所有者のいない「村の犬」は「野良犬」として分けられるようになったのではないかと分析している。そして、こうした空間感覚が、風景を認識することを困難にしたのではないかとしている。(佐藤, 2004, p147-149)

「場所らしさ」の伴った景観について考えるとき、この「共」という感覚ははずすことができない。「都市景観は市民の協働の作品である。その作品をつくる人々の価値観も行動も自由勝手ならば、互いに相殺され、不協和音が起き、都市や地区としての個性はなくなり、作品としては成り立たない」(田村, 2005, p34)と田村が述べているように、個々人にとっての「場所らしさ」を個人のものに留めておかない意識の持ちようが、共同体レベルでの「場所らしさ」意識を可能にするのだろう。逆に言うならば、「場所らしさ」に根ざさない「美しい景観」の出現は、こうした「共」意識が欠落していることが原因で生じている事態だということになるだろう。

(4)「景観」の発見

景観は「場所らしさ」をそのままあらかずものであるかのように思われがちであるが、「場所らしさ」が「景観」と言うかたちで経験されるに至るためには、場所に対する決定的な態度の変化がなくてはならない。それは「景観」あるいは「風景」というものの近代性の問題である。「風景」(景観)の発生それ自体が近代的な出来事であったということは、多くの論者によって指摘されている。

セザンヌに「農夫は……Saint Victoire を見たことがない」という有名な言があるが、これは、農夫は「耕すことができるか」という実践的関心をもっているので、Saint Victoire(山)を目にはしていても(セザンヌのように)美的モチーフ=景観としては見ていないということを示したものである。(安彦, 2003, p170)

また佐藤は、柳田国男の「明治大正史 世相篇」をとり上げ、柳田が「視覚だけを切り離して風景を評価する、あるいは音だけを聞くというように、それぞれの感覚をほかから切り離して別にはたらかせるというのは特別な新しい技術だった」という認識を持っていたと述べている。そして、私たちにとって視覚的要素のみを切り離して捉えることが容易であるように思え

るのは、近代のメディアの発達によるものであるとしている。(佐藤, 2004, p130)

また、人々が自らの住む土地の環境を「風景」として意識するようになったのは、都市への移動と「ふるさと」というイメージが大きく関わっているということが菅原によって指摘されている。自らが生を営む環境の「風景化」は、「地方の若者が都会的教養を身につけるために次第に在所を離れ」、地方に残された親との間で「ふるさと」のイメージが形成されることによって起こったのである。(菅原, 2003, p109)

後に述べるように、現代の都市空間には様々な形で「場所らしさ」を揺るがす要素が偏在している。「場所らしさ」は、かつては無意識的に「生きられて」いた。しかし、近代に入り、「場所らしさ」に対抗するもの 例えば、「歴史的な」街並みを破壊する開発計画や農村から都市への人々の移動などがある が登場したことにより、それまで「生きられる」ものとして意識化されてこなかった「場所らしさ」が、初めて意識化され対象化される。この「対象化」がすなわち、「景観化」の作用である。これによって共同体のアイデンティティとしての「場所らしい」景観が「意識化」されるようになる。「場所らしい」景観というものが対象化され、共同体のアイデンティティとして再認識されることによって、景観について熱心な保全活動が行われたり、それらが積極的に創造されるようになるという事態が生じるわけである。しかし、「場所らしさ」と自らとの間に距離が生まれるということは、「場所」に対する関心が失われていく可能性も含んでいるものでもあることは忘れてはならないだろう。

以上に見てきたように、「場所らしさ」の成立には様々な仕組みが働いている。一つは空間の「場所」化である。私たちは空間に特別な意味づけをして「場所」化することにより、自らの位置を定め、生活を意味ある物に秩序立て方向付けていく。自らの位置を定めることはすなわち、アイデンティティの形成である。このアイデンティティの形成と「場所らしさ」の認識は相互に規定し合いながら変化していく関係にある。このアイデンティティは必ずしも個人としてのものであるわけではない。むしろ「景観」は、共同体の成員が「場所らしさ」を共有する上で重要な役割を担うものであるといえる。

「場所らしさ」と共同体は、密接な関係にある。共同体のアイデンティティとして、その共同体が根ざす土地の歴史や文化、自然などといった様々な要素が不断に再確認される。この再確認の作業は、「景観」という形をとって行なわれることが多い。実際、「景観」を捉えることを通して、私たちは土地に込められた様々な情報を読み取っているのであり、それが共同体のアイデンティティを形成するのである。共同体のアイデンティティである「場所らしさ」は、共同体の指向性によって戦略的に選択され、その選択に応じて意図的に景観に変化が加えられることもある。

また、「場所らしさ」は、そのままでは景観として成立しえない。私たちが実際に行動の中にあるとき、「場所らしさ」は意識化されないのである。さまざまな要因によって「場所らしさ」が対象化される時に、「景観」は知覚される。「景観」を知覚するということは、「場所らしさ」を再定義することでもある。

第3章 「場所らしさ」の喪失

本章では、レルフの『場所の現象学』で示された「没場所性」という概念を中心に、都市においてどのような形で「没場所」的な景観が成立しているのかを見ていく。

(1) 没場所性

都市景観に美を求める言説は、多くの場合、現代の都市景観を「破壊された」ものとして批判的に捉えている。その「破壊された」状態から脱することがすなわち「美の追求」であるとしているのである。前章では、景観において「場所の意味」が重要であることを明らかにしたが、この前提に立つならば、「破壊された」ということは、「場所の意味」の剥奪を意味していると考えることができる。

こうした「場所の意味」が失われた都市空間のありようを、レルフは「没場所性」という言葉で表現している。それは、文化的および地理的な画一化の進行に伴い拡大してきたひとつの態度であり、またその態度の表れであるという。

レルフは、没場所性の根底には「場所に対する偽物の態度」があるとしている。それは場所の本質に目を向けることなく取り入れられた単なるステレオタイプだったり流行だったりするものである。そうした態度の例として彼は、キッチュと「テクニーク」を挙げている。キッチュは大衆文化と関連が深い態度であるという。

「キッチュ」という言葉は、厳密に言えば土産物や贈り物として売られているような、月並で品がなく甘い感情を誘う俗悪な物、および日用品、音楽、建築そして文学に見られる同種の様式にあてはまる。しかしそれらの物の背後には、明確なキッチュの様式とキッチュの姿勢が存在する。〔中略〕それは特に、物の創出と生産がもっぱら大衆による消費のためにあるような、人間と物との関係から成り立っている。(Relph,1976=1999,p194-195)

場所に対してもこうした態度が取られるようになったことで、かつて土地の愛着と混ざり合っていて個人のアイデンティティの中核となっていた「住まい」は、気軽に取り換えることのできるものへとその性質を変化させてしまったという。

キッチュが無意識的に場所の意味を無視するのに対し、「テクニーク」は、都市計画に見られるような意識的に場所の意味を無視する態度である。

多くの施設計画や都市計画は、空間は均質であって物事は操作可能でその中に自由に位置づけられるという、暗黙の仮定に基づいている。場所の意味の深さによる差異はあまり重要ではなく、場所は開発可能性がその最大の特質であるような単なる位置に還元されている。(Relph,1976=1999,p203)

こうした態度の具体例は、日本の各地に展開する「画一的」で「無機質」な景観と批判される一連の景観に見出すことができる。

垂直護岸の無機的な都市河川〔中略〕。遠慮なく都市の上空を走り回る高架の高速道路。歩道のない道路。醜い安物の歩道橋。車を優先させ歩行者を押しつけるガードレール。削り取った崖地の醜い膏薬張り擁壁の無残な姿。羊糞を切ったような、無趣味な味のない学校。どこの駅かも分からない無個性な駅前開発……。(田村, 2005, p62)

都市計画が、そこで生活する人々にとって空間が持っている感覚的な側面を徹底して無視する姿勢で進められたことで、都市の生活者達が場所とのかかわりの中で見出していた諸々の意味は、解体されていくのである。

(2) 均質空間

こうしたレルフの言うところの「場所に対する偽物の態度」は、「空間の均質性」と深く関わっている。「均質空間」という概念は、建築家の原広司によって示されたものである。

原によれば、土着の資源や風土などに規定された構造をもち、自然の変化との関連も強かった伝統的建築物と異なり、近代に登場した新しい様式の建築は、外界から完全に切断された空間概念に基づいている。

この建築は、外部の気候の変化に左右されることなく、建物内のどの位置も同質の環境であるという点で「均質」であると同時に、世界中どここの都市にも同じ様式のもので建てられ、場所の持つ「場所らしさ」を失わせてしまうという意味でも「均質」であるとしている。

ここで意味されている「均質空間」というのは、近代に支配的な空間概念であると原はいう。そして、この概念に基づいて人びとの活動が営まれることによって、均質空間はさらに確固たるものになっていくのだとしている。こうした構造によって、そこで生を営む人々にとって意味深いものであった「場所」は、単なる余地としての「空間」へと変換されていくのである。

均質空間という概念の表出形態として典型的なのは、近代的な都市でならどこでもみられるような、「ガラスのカーテン・ウォールに覆われた直方体のビル」などのモダニズム的建築である。(若林, 2003, p35)モダニズム建築はその空間にいかなる意味も伴わないことを特徴としており、これが各地に建設されることによって、「場所らしさ」は解体されてきた。それに対して、その後に登場したポスト・モダニズム的建築は、「場所のいかにを問わず、どんなことでもやっつけるといいうやり方」を取った。(ベルク, 2001, p159)この様式の建築に特徴的な技法の一つとして、ベルクは「視覚的引用」を挙げている。

これは別の時代、別の場所(過去と外国)からよく知られた建築の例をとり上げ、それを模倣し、そうして現実の場所のコンテキストと必然的な関係をまったくもたせないようにするという方法である。(ベルク, 2001, p159)

こうした建築は、土着の「場所らしさ」をまったく無視して、付け替え可能な意味を持ち出したという点で、空間の均質化がより徹底した形であるといえる。

均質化の徹底がもたらすが、場所の「商品化」である。かつて土地は、人々のつながりを保ち生活を秩序付けるといった機能をもっており、商品として位置づけられることはなかった。しかし、「場所」に埋め込まれている意味が排除され「空間」として均質化されたことにより、

土地は、自由に価値を与えて消費できるような対象として扱われるようになるわけである。人々がその中で生を営む「場所」から、商品として対象化された「空間」へと変化したのである。場所の性質の変化に伴い、景観の性質も変化する。商品としての空間において景観が果たす役目は、いかに他の商品と差別化をして消費者を引きつけるかという点に絞られている。

さらに、空間の商品化は、そこで営まれる生活をも商品化する性質を持っている。それは、商品と共に提供される商品化した生活イメージを生きることであり、また、生活者が商品化した街の景観のなかで、他の消費者の視線に晒されながら生きることである。

(3) 視点の強制と景観の演出

空間の商品化の典型例は郊外の景観に見出すことができる。ニュータウンの景観はある種の「隙のなさ」のようなものを感じさせるが、若林によれば、これは「視線の禁止」があるためである。

ニュータウンでは、様々な景観の構成物は、駅や通路からの視点に対しては「見られるべき」デザインがされ、さまざまな装飾がほどこされている。しかし、ひとたび普段立ち入ることのできないような裏側に廻ってみると、ベランダにはためく無数の洗濯物といった「裏の顔」がそこにはあるという。(若林, 2003, p154-158)

つまりここでは、景観の裏にあるものが意図的に隠されているのである。2章で述べたように、近代以前の景観は、様々な生活環境の構成要素が表出したものとして存在しており、人々を様々な形で結びつけるという働きを持っていた。しかしこのニュータウンでは、人々が取る視点が予め想定されて設計されていることで、景観と生活とが意図的に分離され、ニュータウンの景観はそこに住む人々の息づかいのようなものを覆い隠すものとして機能しているのである。

「演出」と「隠蔽」のいう二つの側面を持った空間は、その中で生きる人々の生活をも、「見せる」ものと「見せない」ものへと分節していくという。そして、どこから投げかけられる視線に対しても、一貫した「アイデンティティ」をもって、「見せるべき」生活を演出する態度が住民の間に形成される。それは、ニュータウンの出窓の光景によく現れているという。そこに見出されるのは、「見せるための内面」である。

ニュータウンや新しい郊外住宅地を歩くと、出窓の上に美しい花や置物、ぬいぐるみなどが置かれている風景をよく目にする。あるとき気がついたのだが、そこに置かれたぬいぐるみや置物は、家の内側でなく外側を向いている場合が多い。〔中略〕

こうした出窓の風景を、「見せるための内面」と呼ぶことができるだろう。それは確かに家屋の内側に属しているが、外を向いたぬいぐるみの顔と同じく外部の視線へと方向付けられており、そのような外部からの視線に対して「あるべき自己」「あるべき家族」の姿をアピールしているのだ。(若林, 2003, p164-165)

こうした景観は、もはや、共同性に支えられた形での「アイデンティティ」の形成に寄与するものではない。景観は、場所の本来の意味に関わらず個人の好みに応じて自由に選択され消費されるファッションであり、メディアとしての景観の特性を巧みに駆使することによって「演

出」されるものである。

(4) 観光のまなざし

「場所らしさ」の認識は、場所の内部からと外部からとでは大きく異なるが、観光は、そうした外部からの「場所らしさ」イメージを実際の「場所」に対して押し付け、その「場所」で実際に生を営む人々にとっての「場所らしさ」を揺るがす力を持っている。

場所に対する偽物の態度は、観光に見られるほどはっきりと現れているものはない。というのは、観光においては、場所に関する個々人の本物の判断は、ほとんどいつも専門家や一般世間の意見に包摂されてしまっており、観光という行為とその手段が、訪れる場所よりも重要になっているからだ。(Relph, 1976=1999, p198)

つまり、見るべきものとして示されたものを、示されたとおりの意味でもって受容するだけの体験が観光であると指摘されているわけである。現地の住民の営みに根ざした「場所らしさ」は、観光のまなざしの視界からしばしば欠落している。森田はそうした観光のまなざしの独特さを、沖縄県の竹富島を観光する人々の描写を通して示している。

観光客は、青い空の下、水牛車に乗り、花々の咲く石垣、緑豊かな福木に囲まれた赤瓦の家屋を見ることで、マスメディアを通して自らがイメージした「沖縄の原風景」を確認する。ここで観光客は、事前にイメージしていた沖縄らしい沖縄の姿を確認することで安心感を得るのである。(森田, 2006, p134)

観光のまなざしは、一方的にイメージを場所に対して期待し、期待通りのイメージを消費しようとする態度なのである。

そしてまた、外部から与えられた「場所らしさ」イメージを住民が意識するようになると、それらの期待に応えるべく演出された「場所らしさ」が「場所」に張り付けられていくという事態が生じるのである。そこで生活している人にとっての「場所らしさ」ではなく、そこを訪れる人を第一の対象とした「場所らしさ」が築かれていくのである。消費者を意図的に指向した建築物が景観をつくり上げていくことについて、レルフは「このような建築物が全体となって、そこに住み働く人々のなりわいなど何も感じさせない別世界指向の場所を生み出す」と述べている。(Relph, 1977=1999, p216) また、人々のなりわいと完全な分離がなくとも、観光のまなざしへの意識は、地域の人々のアイデンティティに影響を与える。

先程の竹富島の例で登場した、「典型的な」沖縄イメージの一要素として受け取られる赤瓦の屋根も、実はこの百年余りの間に普及したものである。そうした赤瓦は、開発や観光といった「外部のまなざし」にさらされていくなかで、住民によって新たに伝統文化として解釈されたのである。(森田, 2006, p140)

このように、観光のまなざしの中では、地域の人々にとっての「場所らしさ」は変容を迫ら

れることにもなるのである。つまり、観光のまなざしとは、住民の生活には目を向けないまま地域にイメージを押し付けようとする態度であり、地域住民はその期待に応えることをときに強要され、それまでもっていた「場所らしさ」意識を解体することを余儀なくさせるのである。

(5) ディズニー化・博物館化

観光化した景観に見られるような別世界指向が行き着くところ、それは「ディズニー化」であるとレルフは言う。(Relph, 1977=1999, p217-230) ディズニー化とは、実際の「場所らしさ」とはまったく無関係な意味の世界が作り上げられ、そこで示されたテーマに人々を従わせるような空間がつくられることを指している。現実と仮構との境界が曖昧な空間がそこには展開している。

そして、ディズニー化が、歴史の保存や再現という形をとったものが、「博物館化」である。歴史的街並みを完全に再現して冷凍保存したような場所がそれにあたる。そこでは、完全に再現されていさえすればそれらの建築物や構成物が本物であるかどうかということは問われない。

こうした積極的な「意味の張り付け」は、必ずしも商業的な空間に限らないということが中川によって指摘されている。都市の公共の空間において、架空の意味の世界が空間的に作り出されているというのである。

中川によれば意味の仮構へと公共建築が傾斜していくきっかけとなったものとして、1986年度から始められた、建設省建設経済局主催の「手づくり郷土賞」が挙げられるという。これは、各地の「地域らしさ」を創出した公共の設備を評価し、その取り組みの事例を広めることを目的としたものであるが、その「地域らしさ」の創出の手法に、「意味の張り付け」が目立つという。具体例として「町にある五つの橋に地域の特産品などを飾ったり、橋の高欄に発光ダイオードで光る蛍を組み込んだり、あるいは、トンネルの出入口の壁に地域ゆかりのキャラクターを描いたり」という事例が挙げられている。(中川, 1996, p35)

こうした公共の空間での「意味の張り付け」が拡大したことの背景には、消費社会化が進む中で人々の嗜好の多様化が進み、「公共」を成立させることがそもそも困難になっていたことがあると中川は述べている。(中川, 1996, p192)

「公共」の喪失は、「場所」に関する意識の共有が成り立たなくなったということの意味している。「場所らしさ」を共有することの困難さは、各地のまちづくりにおいて「地域イメージづくり」が重要視されたことともつながっているだろう。情報化する社会においては、まちは「記号化」するのが効率的であったというわけである。

このように、「場所らしさ」を指向しながら、消費社会の原理に飲み込まれ、結果として地域の人々の意識から遊離した仮構としての「場所らしさ」が生み出されてしまうこともあるのである。

(6) 断片化する景観経験

近代化に伴って急速に広がった都市は、明確な秩序を持たないまま形成されてきた。こうした都市の不明確さを、若林は、磯崎新の「見えない都市」論をもとに分析している。(若林,

2003 , p46)

第一の「見えなさ」は、都市が明確な構成原理を持たないまま拡大していったため、私たちが都市を捉えるとき、そこに明確な像を結ぶことができないということにある。都市の秩序が失われた要因の一つとしては、先ほど述べた均質空間化があるだろう。また、第二の「見えなさ」は、交通や通信の発達によって都市の移動性が増大し、都市像が安定しなくなったということにあるという。

交通機関の発達は、それまでの場所と場所とのつながりを破壊した。それは、交通網が景観を切り刻んで圧倒するような形で造られていたり、様々な文化的背景を持った人々の大量移動をもたらしたことによる破壊であるといえる。しかし、それだけではなく、私たちにとっての景観の経験のされ方もまた変化を強いられ、それによって場所意識が破壊されたという側面もある。

電車や車に乗りながら見る景観は、視覚的であり断片的である。移動が徒歩や馬によって行われていた時代には、場所を様々な感覚で知覚しながら移動することが可能であった。しかし、現代の景観経験は、「場所」に対する親密な関わりなしにいくらかでも成立しうるものなのである。メディアによって流される情報を通じた景観経験についても、同じことが言える。そういった形で経験される「場所」は、もはやアイデンティティとしての「場所」にはなりえない。

「場所らしさ」の喪失は、景観のイメージ化と個人化という言葉で表わすことができるだろう。「場所」の直接的な経験が希薄になった現代においては、大量の「場所らしさ」のイメージが溢れている。私たちは絵はがきを始め、雑誌やテレビ、インターネットなど、「場所」を実際に経験することから切り離された多種多様な「場所のイメージ」にさらされている。さらに都市の一角に作られたショッピングモールや、郊外の住宅地などに付け加えられたデザインにも、実体を伴わないイメージだけの「場所らしさ」が見出されることがあるだろう。記号化した景観によって示された「場所らしさ」は、消費の対象となる。公共意識の成立の困難さを背景とした空間の個人化と相まって、各人が思い思いのイメージとしての「場所らしさ」を観光旅行やニュータウンへの居住など様々な形で消費するようになるのである。

第4章 地域空間の共同性

第2章では、「場所らしさ」の感覚の成り立ちやそれが私たちの生活において持っている意味について見てきた。そして第3章では、近代以前の生活においては自明のものであった「場所らしさ」が解体される時、それがどのような形を取るかということを見てきた。

しかし、「場所らしさ」のありようと、それが解体される現象とは、そのままでは結びつかない。「場所らしさ」が徐々に解体されていく背景には、都市空間を生きる人々の意識や態度に決定的な変化があったはずである。その人々の意識の変化とはいかなるものであり、変化のプロセスはどのようにして進んでいったのだろうか。

(1) 空間に対する二つの態度

現代の空間に対する人々の態度の特徴的なありようを思わせる、象徴的な2つの記事がある。ともに2007年の文化をめぐる動きの一例として書かれ、同じ日に掲載されたその2つの記事は、「景観」をめぐる、相反する二つの態度の存在を表しているように思われる。

一つ目の記事は、「団地の空間の質」に関する記事である。記事に拠れば、2007年は団地をめぐる動きが活発だった年であり、団地愛好家の活動が盛んに行われたり、団地のリノベーションを手がける若い建築家が増えたという。また時を同じくして、団地の原点とされる「51C」（1951年に提案された最小限の空間にダイニングキッチンと2部屋を配した公営住宅標準設計C型）への評価が見直された。

これまで、これが現在のマンション等の標準形式であるnLDK（n個の個室+リビングダイニングキッチン）を生み出し、その閉鎖・固定化されたプランが、日本の集合住宅から「共同性」を失わせることになったと指摘されてきた。しかし、51Cの生みの親である鈴木成文は、著書『五一C白書』などで、nLDKは住宅が商品化してしまったために生み出されたもので、51Cはその原型にはなっていないと指摘した。^⑤

団地の空間の見直しと鈴木氏の指摘は関連しているのではないかと中川はいう。団地の再評価の動きが盛んとなっているのは、物理的には閉じられているはずの団地の空間に「住民に開かれ共有されたもの」としての空間を見出して居心地のよさを感じる人が増えたからである。そして、そこで見出された空間性こそが、まさしく51Cが実現しようとしたものなのではないかというのである。それは「空間の質」とでもいうべきものであり、それによってこそ「共同で暮らす居心地のよさ」は獲得されるのではないかとしている。

一方、もう一つの記事は、「風景としての巨大建造物」と題された、写真の分野の動きに関する記事である。2007年は、ダムや工場、鉄塔などといった巨大建築物の写真集の出版が相次いだという。この現象は、「生活上の利害を求めずに眺める時、風景は成立する。モニュメンタルな迫力とともに、精神的な距離が生まれ、工場などの写真が人気となったのだろう。」と分析されている。^⑥

この2つの記事から、風景にたいする態度としてどのようなものを読み取ることができるだろうか。まず前者は、空間の物理的形態のみでなく、その空間で実際に生活を営むことを通し

て実感されるであろう「空間の質」にまで目を向けたものである。その「空間の質」とは、そこで生まれる人々のつながりやかかわりであり、「共同性」である。

いっぽう後者は、対象の機能や目的を考慮に入れることなく、そのモノの形態のみを取り出して評価しようとする態度である。観察の対象が存在する空間と自らが存在する空間との間に断絶をつくる態度であるといえる。

空間が生み出す「共同性」を志向する態度と、空間の断絶に基づいた態度 この2つの態度は、ときに並立し、ときに混ざり合い、ときに対立しながら私たちのさまざまな「場所」との関わりを規定していると思われる。

ここにおいて、「共同性」と「場所らしさ」の関連性が見えてくる。様々な「場所」体験が人々のつながりを通して「共有」されることにより、「場所らしさ」は成立する。「場所」が完全に個人的なものとなってしまわずに、共同のものとなるのが、「場所らしさ」を生み出すのである。だとするなら、「場所らしさ」を支えているのは、他にもないこの空間の「共同性」だと考えることができるのである。

(2) 地域空間の共同性と個人化

有賀喜左衛門によれば、日本の社会関係には、「オオヤケ」と「ワタクシ」という観念が存在していたという。そしてこの「オオヤケ」と「ワタクシ」という意識は、地域社会の空間にも反映されており、「オオヤケの空間とワタクシの空間が重なり合うように構成されていた。」(田中, 2007, p29)

この二つの空間は、複数の中間空間によって結び付けられていた。しかし戦後になり、住宅の構造の変化などによって中間空間は喪失する。「オオヤケ」と「ワタクシ」の空間を媒介していた中間空間の消滅は、「ワタクシ」の閉鎖化をもたらしたと田中は指摘している。

中間空間の消滅とは、第2章で挙げた、「村の犬」の例に示されているような事態のことであろう。地域空間が公の領域と私の領域とに区分されていったことで、その間の領域に属していた「村の犬」は、「野良犬」として捉えられるようになっていったということは既に述べた。「オオヤケ」と「ワタクシ」が断絶して私的領域が閉鎖的になることによって、空間における「みんなのもの」とでもいうような意識が失われたのである。それがすなわち、「共同性の喪失」である。

それでは、「公」と「私」を断絶させ、空間の「共同性」を失わせたものは一体なんだったのだろうか。

「共同性」の喪失には、高度経済成長によってもたらされた人口の都市への集中が大きく関係している。様々な土地から来た人々が都市に流入したことにより、地域社会は、地域で起きる問題に対する処理能力を失う。するとそれまで地域社会が担っていた機能を行政が担うようになるのである。

かつての地域空間では、水の共同利用が行われていたり、農産物の収穫を祝う祭りが行われていたり、地域における日々の営みが共同体の活動によって支えられていた。しかし現代の都市空間では、水やエネルギー、交通など、生活に必要な諸々のサービスは行政によって提供

される。都市計画の分野においても、市民の力を超越した政府の力が働いてきた。自分たちが生活する空間のために自ら働きかけるということが困難になり、人々は、一方的に規制されたり、サービスを受けたりするだけの存在になる。やがて人々の間に、地域空間に対して受動的な態度が定着していき、「共有のもの」としての空間認識が失われていく。人々はこのようにして、私的領域外の空間に対し次第に無関心になっていったのである。

公的領域と完全に分離してしまった私的領域は、家族に収束してきたという。高度経済成長期に農村から都市に流入した人々の多くは、夫が外で働き妻が専業主婦を務めるという「近代家族」を形成したが、その「近代家族」は、民法の改正の影響により「愛情に基づく家族」という側面が強調されたことから、人々の心の拠り所の場であるとして認識されていくようになっていったのである。

しかし、経済成長が低迷するに従って、生きがいとしての家族像が揺らいできた。「退職後の高齢者の一人暮らし、夫婦のみの世帯が増大するだけでなく、2世帯住宅に象徴されるように、子どもたちと同居していても、子どもたちとの団らんを享受できない層が増大してくる」のである。(山田, 1997, p51) こうして、人々は、地域との関わりから遊離した状態で生を営むようになるのである。

家族や地域社会のつながりが希薄化したこと。生活の公共機関への依存の度合の高まりが進行したこと。この二つの作用によって生活の個人化がもたらされ、「公」と「私」を結び付ける共同性は失われてきたのである。

しかし、「共同性」は失われる一方では決してない。失われた「共同性」を取り戻そうという活動も常に行われてきた。その一つが、歴史的景観の保存運動に始まる、市民主体の景観づくりの取り組みなのである。その取り組みの歴史を、「共同性」回復のための戦いの歴史としてみることもできるだろう。

前にも述べたように、初期の歴史的景観に関わる運動は、開発からの保護という形を取っていた。「共同性」は失われないように守られるべきものとして最初に見出されたわけである。

それに対して今日の「まちづくり」では、「共同性」は積極的に創り出していくものとして位置づけられている。田村は、景観は「市民の協働作品」であるとして、次のように述べている。

景観はあるまとまった地域の姿だが、それが市民の協働作品だとすると、コミュニティのつながりを保つ手段にもなるだろう。互いの協力でよい景観をつくろうとすれば、共通の考えや連帯の気持が必要だし、上からの統制としてではなく、自発的に地域をよくしたいという愛情をもつのが先決だ。(田村, 2005, p94)

近年、顕著な景観資源をもたない普通の都市でも景観への取り組みが盛んになっていると述べたが、それはこのように、都市空間において失われた「共同性」をつくりあげていくための手段として景観が認識されるようになったからであろうと思われる。

第5章 都市景観の〈理想像〉形成のメカニズム

以上第1章から第4章にかけて、景観作りの取り組みから始まり、「故郷探し」の現象や、企業が作り出す景観、「場所らしさ」の成り立ち、「場所らしさ」を喪失させる要因、そして「場所らしさ」と密接に関わる「共同性」の概念などについて検討してきた。これらの検討の過程はそもそも、人々が求める「良好な景観」や「美しい景観」、すなわち〈理想像〉というものがいかなるありようを示すものであるのかを明らかにすることを目指していた。

従って以下では、こうした都市景観の〈理想像〉の現状と形成の過程をまとめる。

まず最初に、場所らしさの解体があった。それは共同性の解体でもあった。

「場所らしさ」が解体されたことにより、そこから二つの流れが生じる。ひとつは、「故郷探し」などに見られるように、失われた自らのアイデンティティとしての「場所らしさ」を求める動きである。それは景観づくりを通じて「場所らしさ」を再定義していこうという動きにつながっていく。地域の歴史や文化の「見直し」や「掘り起こし」によって、景観像が導き出されていくのである。

場所らしさの喪失がもたらしたもう一つの流れは、解体に便乗して自由な建築行為を行い、場所にさまざまな意味を作り上げていく態度である。空間の均質化を徹底させるモダニズム建築に続いて、ポスト・モダニズム的建築が出現したことにより、都市は様々な意味が乱立する場所となった。景観の消費化の拡大である。こうしてディズニー化や、博物館化した景観が各地に展開されるのである。また、住宅地の景観にあらかじめさまざま「意味」がセットされた形で販売されるようになる。「商品としての景観を生きる」行為が生まれるのである。

(1)「場所らしさ」としての〈理想像〉

近代以前は、「場所らしさ」はある種の必然性をともなって形成されており、また、そこに暮らす人々は、無意識のうちにその「場所らしさ」を生きていた。つまり、地域らしさが都市景観に伴っていることが「当たり前」であったわけである。それは当時の都市が、その土地の気候、植生をはじめ、産業や歴史、文化、技術、生活様式などを強く反映して形成されていたからである。

しかし、農村から都市への移動といった実際の移動や、情報機器と交通機関の発達、都市の均質空間化などによって、「場所らしさ」の喪失がもたらされる。「場所らしさ」の喪失は、「場所らしさ」を感じることによって自らの社会的空間的位置を確認して生活してきた人々にとって、大きな不安をもたらすものであった。その不安がやがて、自分が生きる場所に「意味」取り戻そうとする動きへと結びつく。それは「場所らしさ」の追求や、「ふるさと」欲求という形で表出した。

こうした「場所らしさ」は、人々の心の拠り所であるが、それ自体に固定された実体はない。それは人々の相互作用によって常に更新されているものである。状況によって、個人や共同体は、様々な「場所らしさ」を選択する。ときに、歴史や文化の一部が排除されたり、逆に強調されたりした形で「場所らしさ」の認識となることもある。

また「場所らしさ」には、常に様々な「まなざし」が付きまとっている。この「まなざし」

とは、「視点の強制」のところで示したようなニュータウンの構造に見られるものだけを指すのではない。自らのアイデンティティとなる地域の景観の保全や創出に取り組む際にも、常に他者の視線が内面化されているのである。特に観光地の場合は、そこを訪れる観光客のまなざしが、景観形成に大きな影響を与えるだろう。こうした「まなざし」は、視覚的メディアの発展と大きく関わっているものだろう。写真や映画、テレビなどといった空間の視覚的要素のみを抽出して伝達する技術が発達したことにより、空間認識において視覚という感覚がとりわけ重要になり、地域の景観は、その「まなざし」の期待に応えるように促される。

また、「場所らしさ」の追求は常に消費社会に取り込まれる可能性も孕んでいる。

場所はそれを商業目的化し、市場の論理に引きずり込もうとするプロジェクトの脅威に常にさらされている。かつてはアメリカ中西部における日常生活の風景を伝えていたアイオワ州にある小さな町が、自らの「町らしさ」を発展させ、その「町らしさ」を観光客にとってより魅力的なものにしようとしたところ、町全体がテーマパーク化してしまい、場所は風刺漫画のような存在になってしまった例を指摘しておこう。(Hayden, 1995=2002, p41)

流動化した社会において、共同体にとっての「場所」という認識を確立するためには、はっきりとした分かりやすい「場所らしさ」が求められることが多い。そのため、土地の歴史や文化、風土などを記号化したような景観づくりが行なわれることもある。しかし、そのように「場所らしさ」イメージを強調した景観は、人々の生活や意識から遊離し、逆に「場所らしさ」意識を混乱させるものとなって立ち現れてくることもある。「場所らしさ」とは、場所に対する意識の共有を可能にする空間の「共同性」によって成り立つのであり、共有化の仕組みから離れたとたんに、場所に据えられた地域シンボルは、張り付けられた押し付けがましい意味へと変化するのである。

近代に生きる私たちは、そうした不安定な「場所らしさ」の中で生きることを強いられているわけであるが、前述の団地の例にあるように、「共同性」の回復を求める気持は常に何らかの形で存在してきており、それらが景観計画となって実を結んできたのである。

(2) デザインとしての<理想像>

鉄塔やダムに「美」を見出すという、対象の「意味」に対する「無関心」とも呼べる態度は、均質空間化や、都市の全体像把握の困難化などと連動して形成されてきたものと思われる。「場所らしさ」の喪失は、こうした私領域外の空間への無関心という態度から始まる。

私領域外の空間への無関心は、都市化や行政化等による「公」と「私」の空間の分離と中間空間の喪失によってもたらされた。

また、こうした空間意識の形成には、建築物の創り出す空間も大きく関わっていた。無関心の態度を助長させる建築物として最初に登場したのは、いわゆる「国際様式」と呼ばれる四角いガラス張りの、無機質で画一的な建築である。これによって、都市の景観は均質化され、同時に人々の空間意識も均質化への道をたどっていった。「場所らしさ」が都市から失われ、人々は次第に根付くべき場所を見失っていく。こうした喪失感、大都市出身者の増加や、開発による地域の景観の破壊、視覚的メディアの発達による景観経験の断片化等とも大きく関わって

いた。

こうした意味への無関心から一步で、場所に自由に「場所らしさ」を付け加えるという現象がやがて生じる。消費社会の原理に基づく態度のもとで、景観や場所は選択され消費される対象に変換されていったのである。

こうしたデザイン重視的美観の代表とも言えるポストモダン建築の意匠と資本の原理との関連性について、和泉は次のように述べている。

全地球を横断する資本の自由な流れによって、各都市、各地域は資本を引きつけるための競争に巻き込まれるが、まさにそうしたグローバル化の状況において、単に画一化が進むだけでなく、逆に資本家たちも個々の空間の差異にいつそう敏感になるとともに、それぞれの都市や地域は、場所のアイデンティティや独特な性質を作り出そうと試みることになる。(和泉 2006, p214-215)

こうして形成される景観の特徴は、対象の意味や機能から遊離した外見にある。視覚偏重の態度によってつくられた景観は、ときに見る者に空虚さを感じさせる。

デザイン重視の態度によって形成され知覚される景観は、根をおろし、自らの位置を定めてそこから世界を秩序立てて把握していく手がかりとなる「場所らしさ」の表象としては機能していない。ここでの「場所らしさ」は、根をおろす対象ではなく、身に付けるものとなっている。それはまるで衣服のように、自由に自己を意味づけ演出するための道具である。

視覚的な戦略が重視されるのは、それが常に他者の視線に晒される「商品」だからである。「場所らしさ」に根ざした景観を求める美意識も、他者の視線の過剰な意識によって、容易に商品化する性質を持っている。「場所らしさに根ざした美」を求める動きと、「デザインの美」をもとめる動きの間には明確な境界線はない。

「商品」として視覚的な演出が凝らされている景観の具体例として、神奈川県横浜市の大倉山にある「エルム通り商店街」の例が挙げられる。これは、商店街の店舗の外観をギリシア風に統一した商店街であり、チェーン店のハンバーガーショップの店舗の外装にもギリシア風の白い柱が付けくわえられている。ギリシア建築のもつ洗練されたイメージや格調高さといったものが、白い柱や外壁などという記号によって表現されているといえる。現代の「場所」イメージは、人々の活動によって場所に「埋め込まれる」ものから、場所に「張り付けられる」ものへと転化しているのである。

ただし、このエルム通りの事例は「景観の商品化」という表現でもって表わしきれない側面を持っている。ギリシア風の景観は、その物珍しさによって買い物客をひきつけるという効果を持っていると同時に、地域のアイデンティティとしても機能しているのである。つまり、統一すべき「地域の意味」をあらかじめ定め、人々がそれに基づいて行為することによって、地域としての一体感を高めることができるのである。さらに、「ギリシア風の街」の一員という自己認識(=地域認識/地域の中の自己としての自己認識)に基づいて、自分の店の外観を変更したり、他の店主と一緒に町全体のプランについて意見を出し合ったり、或いは、買い物客やメディアから評価されること、自分が語ることを通して、張り付けられた「場所らしさ」は定着していくのである。もともとは文脈から遊離した仮構としての「場所らしさ」だけが存在するだけだったのが、その「場所らしさ」の存在を前提として相互行為が営まれること

によって人々の意識の中に「場所らしさ」の根拠となるイメージが後から根付いていくのである。そうした現象は、たとえばケーキ屋の店頭に並んでいる「ギリシャの神話」と名付けられたケーキのような、人々の自己認識の結果に見出すことができる。⁷⁾

これは単なる「商品」としての景観を生きるのではなく、景観を通じて場所に与えられた意味を、積極的に取り込んで土着化させようという動きが存在していることを示しているといえるだろう。新たな意味が土地に「移植」されたとしても、そこには、その「意味」を根付かせようとする作用が働いているのである。

(3)「場所らしさ」の新たな局面

「共同性」が解体される以前の「場所らしさ」は、場所を構成する諸要素の相互の関連性や住民の相互作用などにより、ぼんやりとした輪郭を持ちながら変動していくものであった。

しかし、近代に多く見られる「場所らしさ」は、それとは違ったあり方をしている。まず、何らかのかたちで「場所らしさ」が設定され、そうやってあらかじめ決定されて固定されている「場所の意味」に従って、人々が行為するというあり方である。それは、失われた「場所らしさ」を再獲得する方法として、必然的な選択であったとも言えるが、地域に暮らす人々の意識から遊離したり、さらには商品としての様相を帯びたりする例もあった。

人々が望む都市景観、すなわち都市景観の〈理想像〉の根底には、「場所らしさ」に対する欲求と、それを商品化しようとする力とのせめぎあいがあるように思われる。商品化した場所を積極的に消費することによって様々な「場所らしさ」を生きる人もあれば、失われた「場所らしさ」を、何らかの形で求めつづける人もいる。こうした尽きることのない「場所らしさ」に対する欲求も、常に消費社会の原理に飲み込まれる危険性に晒されている。

だが、「商品化」の流れに巻き込まれない形の都市景観の〈理想像〉もうまれつつある。それは景観形成のプロセスのデザインによって可能となる。

例えば前述の真鶴の「美の条例」で採用されたパタン・ランゲージは、場所の魅力発見のヒントとなるキーワードを用いることによって、「場所らしさ」を住民自らが再発見し、構築して共有することを可能にする手法であるといえる。この手法は他にも、埼玉県川越市などのまちづくりにおいて活用されている。しかし、全ての地域においてこの手法が可能であるわけではないのではないかということが、中川によって主張されている。

いずれにしても、こうした方法の前提になるのは、環境に発見する何ものかが存在することである。見えにくくなっていても構わない。そこに歴史的な蓄積の中で意味づけられた何らかの形態、あるいはそれを生成するだけの力を持った人々のコミュニティが存在していなくてはならないのである。実際にアレグザンダーが「パタン・ランゲージ」の念頭においているのは、今のところそうした存在が確かめられる古いコミュニティなどに限られている。(中川, 1996, p220)

この考え方にたつならば、ニュータウンのように掘り起こす歴史的なものが存在しないような地域や、あるいは大都市のように全体としての「共同性」意識を見出すことが困難に思われるような地域では、「場所の意味」の張り付けしか道は残されていないのだろうか。

おそらくそのような心配は無用だろう。実際にそこに人々が住んでいる限り、個人的な場所の意味は生産されつづける。そして、そこに相互作用が営まれる機会がある限り、その地域の「場所らしさ」は、例えその姿は明確でなかったとしても、共有される可能性を秘めているのである。場所と人との関わりと、人間同士の社会的なかわり、この2点があれば「場所らしさ」は常に生み出されるのである。特別な体験がなされ、それが多くの人によって共有された場所には、際立った特性はなくとも、愛着をもたれた場所であるという意味で「場所らしさ」を形成しうる。そうした観点から、新たな可能性をもっている「場所らしさ」の形の例を2つ紹介する。

一つは、町に関する住民の思い出をまちづくりに生かしていこうという試みである。神奈川県小田原市では、記憶に残る地域の風景を市民から募集した。

同市は2年前、「ふるさとの原風景百選」を市民から募集した。「身近な風景の思い出を書いて投稿する」という企画に、1200件を超すエピソードが寄せられた。/かつて魚が干してあった浜や旧魚市場周辺の街並み、遊び場だった石積みの水路、青い海の見えるミカンの丘 市民の思い出は様々な場所に残っている。⁽⁸⁾

このようなかたちで見出される「場所らしさ」のイメージは、固定されることなく常に変動していく。そこに明確な到達点はないが、確実に「場所らしさ」の意識が育まれ、景観に対する愛着が生まれるだろう。そこで見出される景観は、客観的に判断し得ないものであるにせよ、その土地の人々にとっては「美しい」という言葉で表現されるに値するものになるのではないだろうか。

また、もう一つの例は、個人の庭を一年のうちの数日間公開するオープンガーデンという活動を通じた景観づくりである。これは庭造り愛好者の会のような形式をとっているものであるが、兵庫県三田市の「三田花と緑のネットワーク」という団体は、市が開くイベントにあわせて100件以上の住宅の庭を公開している。期間中は多くの人が詰めかけるといふ。さらに、「ボランティアで街路樹の剪定や管理も請負い、昨年からは、案内の冊子を300円で販売し、売上の一部を街の緑化に生かす活動も始めた」。代表の高嶋清子さんは、「オープンガーデンは街の景観を美しくし、心優しい交流を生み出す」と語っている。⁽⁹⁾

この場合の都市景観の「美しさ」とされているものは、花と緑にあふれた町というような、ある程度あらかじめイメージとして設定されているものといえる。しかし、それがすべてであるというわけではなく、人々の交流によって常に「場所らしさ」は共有され更新されていく。ここでは景観づくりに市民が参加することによって、景観に市民の体験の記憶が埋めこまれ、愛着が生まれ、結果として「美しい景観」という、誇りのような感覚が成立している。

こうした、景観に記憶を刻んでいくという「過程」を重視したまちづくりの取り組みは、消費社会の原理に飲み込まれない「場所らしさ」が存在する可能性を示しているのではないかとと思われる。それは「場所らしさ」に基づく〈理想像〉というものが、結果として景観に表出した「場所らしさ」ではなく、その背後にある「共同性」をこそ指向しているのかもしれないと考えるからである。かつて中間空間が存在し得たのは、人々が自ら生活空間に働きかけていたからである。従って、私的領域外の空間に積極的に関わっていくことが、結果としては「場所らしさ」を生み出すのではないかと思うのである。

(4) まとめ

人々は、その指向性に基づいてさまざまな都市景観の〈理想像〉を思い描いて、それを消費したり創り出したりしようとする。

そうした都市の〈理想像〉は、「場所らしさ」指向の有無という観点から2通りに分けられる。「場所らしさ」指向に基づいた〈理想像〉とは、地域共同体など、土地と切り離すことのできない性質の共同体にとってアイデンティティとなるような景観像である。この共同体のアイデンティティとしての景観像は、必ずしも歴史や文化の事実そのものを反映したものではない。それらは、「場所」に対する意味づけなのであり、不断に選択され再構成されている。それを成り立たせているのは、人々の社会的かかわりである。つまり、都市化や私化によって「場所らしさ」が共有されずに個人的なものにとどまるとき、「場所」や「場所らしさ」という意識は解体される。「場所らしさ」が共有されているということ、それは地域社会に共同性が存在しているということである。従って、地域社会の「共同性」の解体は、同時に、「場所らしさ」の解体も意味しているわけである。

昔ながらの街並みを破壊する開発行為に抵抗していた人々は、「美しい景観」が失われることに対して対抗していたわけだが、実際には、その共有の財産としての「美しい景観」が破壊されることによって「共同性」が失われてしまうという危機感があったからこそ、反対運動を行っていたという側面もあるのではないかと思われる。

都市化の進行などによって「場所らしさ」は解体され、個人の生活やその舞台となる空間の意味は、次第に個人的なものとなっていった。空間への意識が個人化していく中で、人々は、自らが根付いて生活を秩序付けていけるような「場所」を失った。個々人が、それぞれ自分で自分の生に意味を与えていかねばならなくなった。それは、「場所」に、それまで持っていた意味から遊離した新たな意味が付与されていくという現象と連動していた。

場所が個人化し、新たな意味が付与される形で商品化されていく一方で、地域共同体のアイデンティティとしての「場所らしさ」を掘り起こして再生しようという動きも活発になっていった。それは、「共同性」の再生という側面も持っていた。

「場所らしさ」は、「共同性」を背後に持つ概念である。従って、歴史的連続性のない「意味」が場所に「張り付け」られたとしても、それを不断に解釈して共有していけるような、地域空間の「共同性」の意識が人々にあれば、それはやがて、一つの「場所らしさ」を構成しうる可能性を持つものであるといえる。

おわりに

「景観」をテーマとして選んだのは、「景観」というものに対する様々な違和感がきっかけだった。

そもそも私にとって、「景観」とは自分の生活とは縁遠い存在であった。自分の生まれ育った住宅地には、「景観」は存在していないという意識があったのだ。なぜなら、個人の建築行為がその所有する土地において自由になされる環境の中で、それら建築行為を全体として捉えるという意識が形成されなかったからである。高層マンションが乱立し、和風の家とモダンな家と南欧風の家とが混在する。そのような光景が私の空間意識の基礎となったといえる。自分の住む都市空間は個人の所有権によって切り刻まれた空間であり、私にとっての「景観」とは、観光地のみが存在するものであった。

そのような意識で都市空間を捉えていた私にとって、一般の都市の建築物を「景観」に配慮するという理由から規制する条例の存在をはじめて知ったときは衝撃的であった。「一体誰のために景観はあるのか？」というのが最初に思ったことであった。

一体誰のために景観はあるのか？結論からいうなら、それはやはり「みんなのため」ということになるだろう。景観が万人に開放されているという特性上、その「みんな」という概念はなかなか明確にするのは難しい。しかし第一には、地域の住民であるべきだろう。それは景観が地域住民の共同性と密接に関わるからである。しかし景観は、地域住民だけのものであるともいえないものである。その地域住民だけでなく、訪問者など、土地に関わる全ての人が、「場所らしさ」の形成に影響を与える可能性を持っているからである。外部の人の関わりもあってこそ、地域の共同性は実り多いものとなるのではないだろうか。

地域の景観には、連続性に基づいた「場所らしさ」が重要であるということがよく言われている。しかし、歴史や文化に根ざした「場所らしさ」が失われていくという現象は、必ずしも否定的に捉えられるべきものというわけでもないのではないかと思われる。それは、「場所らしさ」を指向する景観とデザインとしての景観は、一見、相対立するものであるように思えるが、「場所らしさ」が「共同性」を基盤とした概念であるということが明らかになったことによって、結果的に両タイプの間には明確な境界を設けることは出来ないという結論に至ったことになっている。

「はじめに」において、「美しい国づくり政策大綱」を挙げて、「意味に満ちた都市空間の復権」ではないかと述べた。しかし、ここまで「場所らしさ」や「共同性」という概念を検討してきた上で思うのは、景観の価値の復権に託されていたのは、都市空間の意味の共有を可能にする共同性の復権だったのではないかということである。

注

- (1) 「美しい国づくり政策大綱」国土交通省景観ポータルサイト
http://www.mlit.go.jp/keikan/taiko_text/taikou.html
- (2) 「『景観』本社世論調査 町並みにも地域間格差」, 2006年8月29日火曜日, 読売新聞
- (3) 「和風の家 『水郷』の風情守る」, 2006年8月29日火曜日, 読売新聞
- (4) 「和風の家 『水郷』の風情守る」, 2006年8月29日火曜日, 読売新聞
- (5) 中川理, 「団地の『空間の質』再評価」, 2007年12月20日木曜日, 読売新聞
- (6) 前田恭二, 「風景としての巨大建造物」, 2007年12月20日木曜日, 読売新聞
- (7) 「ストリートストーリー／大倉山エルム通り」, 朝日マリオンコム
<http://www.asahi-mullion.com/column/street/60302index.html>
- (8) 「記憶の風景で街づくり」, 2008年1月9日水曜日, 読売新聞
- (9) 「庭を公開、交流の大輪」, 2008年4月18日金曜日, 読売新聞

参考文献

- Hayden,D. 1995 The Power of Place:Urban Landscapes as Public History. (=2002, 後藤春彦・篠田裕見・佐藤俊郎訳『場所の力』学芸出版社)
- Relph,E. 1976 Place And Placelessness, Pion Limited. (= 1999, 高野岳彦・阿部隆・石山美也子訳『場所の現象学』筑摩書房)
- Tuan,Yi-Fu. 1977 Space and Place, University of Minnesota. (= 1993, 山本浩訳『空間の経験』筑摩書房)
- 安彦一恵, 2003, 「景観紛争の解決のために」, 安彦一恵・佐藤康邦編, 『風景の哲学』, ナカニシヤ出版
- 和泉浩, 2006, 「デヴィッド・ハーヴェイ 社会空間のメタ理論」, 加藤政大・大城直樹編著『都市空間の地理学』, ミネルヴァ書房.
- オギュスタン＝ベルク, 篠田勝英訳, 2001, 『日本の風景・西欧の景観』, 講談社.
- 佐藤健二, 2004, 「近代日本の風景意識」, 『<景観>を再考する』, 青弓社.
- 菅原潤, 2003, 「風景/風景化と倫理」, 安彦一恵・佐藤康邦編, 『風景の哲学』, ナカニシヤ出版
- 田中重好, 2007, 『共同性の地域社会学』, 西東京ハーベスト社.
- 田村明, 1997, 『美しい都市景観をつくるアーバンデザイン』, 朝日新聞社.
- 田村明, 2005, 『まちづくりと景観』, 岩波書店.
- 中川理, 1996, 『偽装するニッポン』, 彰国社.
- 中島直人・鈴木伸治, 2003, 「日本における風景計画の生成」, 『日本の風景計画』, 学芸出版社.
- 成田竜一, 2000, 「都市空間と『故郷』」, 『故郷の喪失と再生』, 青弓社.
- 西部均, 2006, 「日本における景観論/風景論」, 加藤政大・大城直樹編著, 『都市空間の地理学』ミネルヴァ書房.
- 西村幸夫, 2008, 『西村幸夫 風景論ノート』, 鹿島出版.
- 原公司, 2007, 「均質空間論」(1975年), 『空間<機能から様相へ>』, 岩波書店.
- 松原隆一郎, 2004, 「経済発展と荒廃する景観」, 『<景観>を再考する』, 青弓社.
- 森正人, 2006, 「消費と都市空間」, 加藤政大・大城直樹編著, 『都市空間の地理学』ミネルヴァ書房.
- 森田真也, 2006, 「観光開発と地域文化の変容」, 『「開発」の変容と地域文化』, 青弓社.
- 山田昌弘, 1997, 「都市家族の変化と地域政策の転換」, 蓮見音彦・似田貝香門・矢澤澄子編『現代都市と地域形成』, 東京大学出版会.
- 安井真奈美, 2000, 「消費される『ふるさと』」, 『故郷の喪失と再生』, 青弓社.
- 吉田容子, 2006, 「日本の『ゲイティッド・コミュニティ』」, 加藤政大・大城直樹編著『都市空間の地理学』, ミネルヴァ書房.
- 若林幹夫, 2003, 『都市への/からの視線』, 青弓社.
- 若林幹夫, 2004, 「都市の景観/郊外の景観」, 『<景観>を再考する』, 青弓社.

補足 景観をめぐる戦後の運動史

1 1960年代(1950年代含む)

1.1 首都美化運動

「美しい景観」に関連する戦後の動きとしては、まず「美化運動」が挙げられるだろう。「美化運動」は1950年代前半にはすでに行われていたということが当時の新聞の記事から分かる。当時、都内には終戦直後そのままの荒れ果てた状態の街路も残されていた。1952年に千代田区が行った「美化運動」の対象となった神保町一帯もそうした場所の一つであり、「アチコチにゴミが捨てられ、こわれかけた防水用オケが置き去りにされたまゝ」⁽¹⁾という有様であったという。この千代田区の取り組みでは、柳の植樹、ガード下や電柱に張られたビラ類の撤去、区内の駅での構内のトイレの修理清掃が行われ、駅のホームには花で飾られた。戦災からの復興と発展という意識が、こうした「美化運動」を背後で支えていたであろうことがうかがえる。

こうした「美化運動」は、1959年に東京オリンピックの開催が決まるや、一気に盛り上がりを見せる。地方自治体の計画や市民の自発的な取り組みまで、様々なかたちの「美化運動」が各地に広がった。

神奈川県は1961年、東京オリンピックへ向けて、県内で大々的な「美化運動」を計画した。計画には、公園や観光地におけるゴミ箱・公衆トイレの整備や、県有施設の管理費に「美化」のための経費を盛り込むことなどが挙げられていた。この、施設の「美化」とは、建物周辺の清掃管理の徹底を指しており、新たに建設される施設については、造園のための費用も取り入れるよう指導するという計画であった。また、「きれいな工場」のコンクールも行うとしており、環境衛生や設計・管理の観点から「きれいな工場」を認定して奨励金なども出すとしている。⁽²⁾

また、当時の新聞の東京版に、千代田区神田佐久間町で1961年から地元の小中学生10人が町内の「美化運動」を始めたということが取り上げられている。町内の家々から廃品を集め、得たお金でゴミ箱を設置したり花の種を買って蒔いたりしたという。⁽³⁾

「美化運動」は、オリンピック開催が目前に迫るとさらに大規模なものになる。1962年には建設省が、6大都市を対象に国道周辺に草花を植えて「美化」を行うことを計画した。国道のグリーンベルトに植える草花の苗は、各都市の小学校や草花愛護団体に寄付し、「各家庭に町と道を美しくする気持を盛りあげて」⁽⁴⁾いくことが目指されていた。この計画では特に、オリンピックのマラソンのコースになる道路の「美化」が重要視されていた。

東京都も「都民の美化意識の啓発」を目指し、スライド映写や街頭放送を行ったり、毎月10日を都民が清掃活動を行う日として「首都美化デー」に定めるなどした。「首都美化デー」の清掃活動は、最初こそPR不足で賛同が得られなかったものの、回を重ねるごとに参加者も増え、1964年1月の活動には「町会、婦人会、小、中学校生徒、デパート店員、自衛隊から民間会社、中央卸売市場関係の魚屋さん、八百屋さん」⁽⁵⁾などといった幅広い層の人々が清掃活動を行い、その数は200万人にもものぼったという。

オリンピックの開催は、敗戦から立ち直り、国際社会に認められるまでに復興したことを国民に実感させるものであり、その強い実感とさらなる発展への希望がこの運動を支える原動力であった。日本を訪れる外国人に対して恥ずかしくない都市にすることによって、この一大イベントを成功させようという意識の元に人々が結束したことも、運動がこれほどまでに大規模化した理由だろう。そうした一種の熱狂のなかで目指された「美しさ」とは、ゴミが無い街、街路が草花で飾られている街であった。

オリンピック後、グリーンベルトに草花を植えたりする活動はその後も継続されてはいたが、維持管理などの面で問題が生じるようになる。町会や婦人会がグリーンベルトに草花を植えても、役所側のグリーンベルトの管理が十分でないために踏み荒らされ、廃車やドラム缶などといった粗大ゴミが放置されている光景が見られるようになるのである。⁽⁶⁾

この事例は、都市の「美しさ」をめぐる問題として、住民たちの間に「美化」への意識があっても行政側にそれを支援するだけの仕組みが整っていないために、意識が実を結ばないという問題があったことを示すものといえるだろう。

次節以降で述べるように、対象となるものやそれを表す言葉こそその時々で違えど、何らかの「美しい景観」を求め、それを維持していきたいという人々の意識は必ずしも低かったとは言えない。

その意識が実現しにくかった理由の一つは、今述べたような支援体制の不備である。都市の美化や景観に関する取り組みはそれほど重視されていなかったため、管轄が曖昧だったのである。

いまひとつは、環境の急激な変化である。一例として、車社会の到来が挙げられる。1973年、都は「環境美化」を目指して、中野区の目白通り沿いのガードレールを撤去し、代わりにツツジのグリーンベルトを設置した。ところが変更後、車の飛び込み事故が相次ぎ、ガードレールを復活させてほしいとの意見が市民から寄せられたため、翌年に再びガードレールを設置することになった。この顛末に対して地元の人からは「環境保全の趣旨は理解できても、安全確保という前提がなければならない」⁽⁷⁾とのコメントも出ている。高度経済成長がもたらしたモータリゼーションの拡大は、「安全か美化か」という新たな対立の構造を生み出し、機能や経済効率性などの優先のもとに、「美化」は人々の意識の片隅に追いやられていったのではないだろうか。

1.2 「歴史的風土」の保存

高度経済成長に伴い、宅地造成が全国各地で急速に進んだ。1960年代に入ると、こうした開発行為に対する反対の声が各地で起こってくる。鎌倉や京都・奈良などにおける歴史的景観保存運動は、そうした動きの代表的な例である。

鎌倉では、1960年ごろから、良好な自然環境や歴史都市としてのブランドに目をつけた開発業者によって宅地造成が盛んに行われるようになる。地価の値上がりによって土地を売り払う人が増えたため、古戦場の七里ガ浜は埋め立てられ、鎌倉時代の貴重な洞穴式墳墓は次々に破壊された。

そして1964年、鶴岡八幡宮の裏山の「御谷」地区に団地の造成計画が持ち上がると市民

から反対の声が沸き起こり、やがて署名や募金などを行う市民運動へと発展した。鎌倉の中心地ともいえる鶴岡八幡宮のすぐ近くに団地を立てるのはふさわしくないというのさることながら、「御谷」にある二十五坊遺跡の保存や、土地に生えている貴重な植物の保存など、さまざまな観点から起こった反対運動であった。同年には、鎌倉市によって、大佛次郎らを中心とする「鎌倉風致保存会」が設立された。この「鎌倉風致保存会」が開発予定地を買い上げたことで問題は決着したが、これが日本で最初のナショナル・トラスト運動であるとされている。

65年には八幡宮の裏山の頂上近くに、8階建ての城をかたどったホテルの建設計画が持ち上がりまたもや論争となった。開発反対派からは、「鎌倉に実在しなかった城を建てるなど時代錯誤もはなはだしい」という意見が出されたが、一方の開発業者は「ホテル鎌倉城は、史都としての風致を増しこそすれ、そこなうものではない」と主張した。⁽⁸⁾

同じ頃、京都では双ヶ岡の「身売り」問題が起きていた。双ヶ岡はかつて兼好法師がそのふもとに庵を結んだ場所でもあり、国の名勝地にも指定されていた場所であった。それを仁和寺が売却するという話が最初に出たのは1961年頃で、64年には歓楽施設を作りたいという買主が現れたが、世論の反対にあい立ち消えとなった。しかし66年、今度は「大学用地」として売却されたため、再び論争がおこった。双ヶ岡は、史跡として重要なものであると同時に、洛西全体の景観においても重要な要素だとみなされていたのである。

また、1964年には京都タワーの建設問題が起こった。1963年から京都駅前に建設が進められていた「京都産業観光センター」のビルの上に、高さ100メートルのタワーが建てられることになり反対運動が起こった。「京都の落ち着きある街並みの調和を乱す」、「古都の玄関に近代的な塔はふさわしくない」、「せっかくの京都の眺めが台無しになる」などという意見が反対派からはあがった。それに対し賛成派は、「古都とは言えど新しいものを作らなければ生き残ることはできない」などとして、タワーを近代化の象徴と位置づけ歓迎する姿勢だった。世論は割れたまま、タワーは建設された。

さらには奈良でも、市の中心部に「周りの景観とはちぐはぐな」近代的な県庁舎が建設されたり、三笠山に温泉施設が作られるなど、歴史的風土の保全が叫ばれる事態となっていた。

このようにして、3つの歴史的都市で時を同じくして歴史的風土の破壊の問題が生じたことで、それぞれの都市で古都保存のための団体が設立された。その後、この3市を中心として「古都保存連絡協議会」が設立され、古都の歴史的風土の保存に関する立法を国に要望した。こうした運動により、1966年には、議員立法によって「古都保存法（古都における歴史的風土保存に関する特別措置法）」が制定された。

こうした歴史的風土保存の問題は、「開発」と「保存」の対立という構造を持っている。歴史的建造物や遺跡の保存は、保存運動を推進する側、開発業者側ともにその重要性を認めている。ここで問題となってくるのは、「文化財」に背景は含まれるか否かといったこと、すなわち「文化財」の定義の問題である。

「文化財」の保存を求める動き自体は、この時代に始まったことではない。しかし戦後、宅地造成が進んで文化財の周辺環境が激変したことで、「文化財」の価値の保つためには周

圃の環境の保持も必要だという認識が、文化財保存の考えに加わったのである。鶴岡八幡宮と裏山との関係などのように、「文化財」を点ではなく「面」として捉える見方が新たに生まれたのである。

つまり、経済性や効率性を重視し、「点」としての文化財さえ残せばそれでよいではないかとする開発業者と、周りの風景も含めて貴重な文化財であると主張する開発反対派の意見の対立によって「歴史的風土」問題は引き起こされたのであり、焦点となっていたのは「開発」と「保存」にいかに関わり合いをつけるかということであった。

1.3 自然の景観

御谷騒動などに代表される一連の開発問題は、当時の人々にとって、「歴史的風土」破壊の問題であると同時に、自然破壊の問題でもあった。歴史的都市の文化財は緑の山という背景あってこそものと考えられていた。故に、古都の緑の山を削ることは、遺産の「破壊」であると同時に自然環境の「破壊」でもあったわけである。

開発の波が緑の山地を侵食していく様は、「目をみはるものがある」と当時の新聞に表現されている。そのスピードは、人々の予想をはるかに越える速さで進んでいた。建設省では1957年に「東京の区部と三鷹、武蔵野、川崎、横浜の既成市街地の外周に、幅約10^{キロ}、面積約11万^{平方メートル}のグリーンベルトをつくり、ここに武蔵野の面影をとどめた樹林や田園をそのままの姿でのこす構想を立てた」という。しかし、宅地化が当初の予想を越えて進んだためにその計画は縮小を余儀なくされた。

鎌倉における自然破壊は、大佛次郎によってこのように表現されている。「小鳥の巣だった美しい森や古い樹木が、なぎ倒されて、地はだをむき出し丘は頭を割られて、砂漠のようになり海からの風に砂塵（さじん）を舞わしている場所さえある。」⁽¹¹⁾

大佛は英国のナショナル・トラスト運動を日本に紹介した人物であり、この紹介がきっかけとなって先述のように我が国初のナショナル・トラスト運動といわれる、鎌倉の開発予定地の買い上げが行われたのである。

自然景観保護に関する議論はやがて、公害問題が深刻になるにつれてそれらと結び付いていった。後には「天神崎の自然を大切に作る会」の結成や、知床100平方メートル運動などのトラスト運動が行われるようになる。

文化財の背景としての自然や、地方の豊かな自然の保護を求める声だけでなく、都市に自然を求める声も既にこの頃からあった。1964年には、東京の多摩川沿岸における団地建設に際して、反対の声が上がった。建設省が、多摩川の丸子橋から二子橋に至る約5kmの河川敷に5階建ての団地4500戸を建てることを計画したが、これに対し「都民から緑を奪うな」といった主旨の反対の声が相次いだのである。この時代、すでに多くの人々が緑が失われていくことへの危機感を共有していたと思われる。

1.4 「美観論争」

文化財や自然環境の重要性は多くの人に共有されやすい。そのため、これらに関わる景観問題では基本的にその「保存」が前提となり、問題となるのは「どこまで保存するか」

である。

しかし、それ以外の地域、とくに大都市などでは、そもそも景観の中心となる軸が曖昧である。そのため、「良好な景観」「美しい景観」をどのように考えるかというところではしばしば対立がおこる。

1964年に起こった「丸の内美観論争」では、「都市美」とはそもそもどのようなものであるのかということが議論された。この論争は、皇居に隣接した地区に東京海上火災保険会社が30階建てのビルの建設を計画したことに端を発している。

近くのビル経営者や東京都は、高層ビルは美観をそこねるとして建設に反対した。皇居の松の緑とお堀の水、そして、建築法改正以前の制限である高さ31mでそろったビル街といった眺めを「美観」と捉えていたわけである。つまりはビルのスカイラインが調和していることが、「美しい景観」であった。東京都は、美観を守るために高層建築物を規制する条例の提案も行った。都側の関係者は、景観を「規制」していく上で、「バランスの美」と「アンバランスの美」の二通りの美のどちらが「規制」と馴染みやすいかといえればそれは「バランスの美」のほうであり、従って建築物のバランスを取っていくことが「都市美」において重要であると主張している。⁽¹³⁾

一方で建築家や建築学者の多くはビルの建設に賛成であった。東京都が提示したような、スカイラインをそろえる「美しさ」は、賛成派にとっては「古すぎる」ものであった。建設賛成派も、皇居の景観の美しさを認めているという点では、建設反対派と意見は一致している。しかし、皇居と隣り合うビル街も含めて美しいのだというのなら、それは「カン違い」であると主張する。当時の東京海上社長はこう言っている。「このビル街のながめが美しいとしたら、大正時代の美しさです。馬車を走らせなくてはなりませんよ。」⁽¹⁴⁾さらにこうも言っている。「新しさを求め、バランスを破ることで新しいバランスをつくっていこう、と私たちは思っています。それをはばむのは、人類、社会の進歩を阻むことです。」⁽¹⁵⁾また建築家側は、ビルの高さが整然とそろっていることが果たして本当に「美」であるのかという問いかけをしている。「われわれとしてはアンバランスの美を主張するわけです。」

この論争では、「美しさ」とは「規制」かそれとも「自由」か、ということが焦点になっている。東京都側は、「現段階では、美観の規制の仕方は、古いものを残しながら新しいものをどういう形で取り入れていこうか、というわけなんです」と述べているが、ここからもわかるように、あくまでも「美しさ」に至るための手段は「規制」なのであり、都市の「美しさ」を積極的にデザインしていこうという姿勢はこの論争には登場していない。

1.5 1960年代の「美しい景観」の意味合いとその背景

1960年代の人々の生活空間に対する意識や、景観というものの位置づけはどのようなものであっただろうか。また、そうした意識の背後にはどのような事柄が関わっていたのだろうか。

この時代、都市に住む人々にとっては、都市空間はそこに住む人ひとりひとりの力の到底及ばないところで形成されるという感覚があったのではないと思われる。

1962年に写真家が美化運動について書いたコラムではこのようなことが述べられてい

る。「町を美しくするのは、そこに住む人の心の問題 それはそうだが、かんじんの国や都が、しっかりした都市計画に従って、美化の仕事を進めてくれなければ、話にならない。だいいち、川や道の美化事業、となると、ひとりひとりの“美化意識”だけではどうにもなるまい。」⁽¹⁶⁾こうした意識が生じる原因の一つとしては、地方から大量に人口が流入したことが挙げられるだろう。また、技術の発展により、空間構造の大規模な変化が容易に実現されるようになったことも背景にあると思われる。

そうした空間の劇的な変化の様子は、開発に反対する人々の言葉にとりわけ鮮明に表れているだろう。彼らの言葉からは、当時各地で進んだ開発が、単なる「開発」と呼ぶにはあまりにも暴力的なものであったことが読み取れる。大佛次郎は、1964年に新聞に寄せた京都タワー建設への反対意見の中で、このようなことを述べている。「建設の名を借りた一種のバンダリズム（蛮行）が今日の日本に破壊を続けていく。黙ってみている間に、東京の眼玉の日本橋が道路の下の日かげに隠された。」⁽¹⁷⁾

こうした「破壊」には、地価の高騰も大きく関わっている。郊外の土地に開発業者が飛びつくようになると、「自分の土地を売ろうが売るまいが自分の勝手である」と考える人が出てくる。土地が生活の舞台ではなく商品になり、都市の空間は地域のものではなく、個人の所有権によって細分化されたものになるのである。土地がいったん売られてしまうと、地域に全く縁のない業者が入り込んできて、それまでとは全く違った景観を作り出す。そして開発された土地には、他の土地から人口が流入してくるのである。

また、この時代の人々の間にあった「発展」という意識も、景観に影響を与えたものとして指摘できるだろう。「発展」意識は開発と強く結びついている。切り崩された山に新たな住宅地が建設されていく光景は、景観紛争の批判の対象となっていたが、一方で日本社会の発展と明るい未来の象徴でもあったのである。丸の内美観論争においてビルの高さ規制を「時代遅れ」と呼んだ人々にも、少なからずこの「発展」という価値観が備わっていただろう。ビル建設側の「人類、社会の進歩を阻む」という言葉からは、一つの規則のもとに物事を統一するという発想が、「発展」を阻害する古くさいものとして彼らに意識されていたということが読み取れるのである。

発展のためには、とにかく機能、設備の量的な充実と経済低効率性が最優先であった。そのような時代において、都市景観の美しさというものは、無駄なもの、贅沢なものとして捉えられることもあった。横浜の都市デザイン活動に携わった田村明は、1968年に建設省から、「都市を美しくしようなんてけしからん」と言われたと回想している。（田村，2006，p72）横浜では当時、高速道路の地下化計画が進められていたが、当時の政府の考え方は「道路をいかに早く安く作るかが重要だ。だから同じ金なら10メートルでも長く、50メートルでも、10メートルでもいい、いや、たとえ1メートルでも長くしなければならない。美しくするとか、景観とかに使う金はないのだ」（田村，2006，p72）というものだったわけである。

このようにして、自動車が急速に普及し、国によって車優先・道路優先の政策がとられたことで、人々の生活空間は激変した。車優先の社会は、道路建設などのような物理的な形だけでなく、人々の意識を変化させるという形でも、景観問題に大きく関わっていた。大西國太郎は、この時期の京都の景観が車から被った影響について、次のように述べている。

1960年代に始まるモータリゼーションの普及によって、この幹線道路に大量の自動車が流入するとともに、幹線道路からあふれた車は細街路にまで入り込んできた。これが、(中略)京都の歴史的なイメージの間接的な衰退を促す原因にもなっている。

自動車が細街路にまで侵入してくる以前は、人々は散策したり、目的地に向かう道すがら、街の光景を眺め、その連続的な記憶の積み重ねによって、地域のイメージをつくり上げてきた。(中略)そして、この歩行者路は都心部や景勝地へと連なり、社寺や史跡、離宮、庭園、あるいはまた、現代の文化施設にもつながって、京都全体のイメージを形成する重要なネットワークになっていた。(中略)このネットワークが、自動車交通の激増によってズタズタに分断されてしまった。(大西, 1992, p109)

こうして、この時代に社会に起こった様々な変化は、それまで人々の生活の中で当然のようにそこにあったものを次々に失わせた。そこまでそこにあったものが失われたり、危機に曝されることによって人々はその重要性に目覚め、保護のために動き出す。1960年代の景観を取り巻く問題は、こうした、「保護の必要性への目覚め」と「開発・発展との対立」と捉えることができるだろう。

2 1970年代

2.1 「歴史的風土」保存の新展開

歴史的風土保存の問題は1966年の古都保存法によって解決したかに見えた。しかし、時がたつにつれて徐々に保存制度の問題点が明らかになった。歴史的都市は「古都」として指定されたことで、逆に開発業者によってそのイメージを売り物にされるようになり、保存される領域だけをのこして周囲は無秩序に開発された。当時の新聞には、鎌倉の状況がこのように記されている。

鎌倉の表と裏は大違いだった。周囲の尾根いっぱいうしろからせまる開発。上空から見ると鎌倉は正に落城寸前である。観光バスが回る鎌倉だけを映画のセットのように残して歴史の山々は、市街地ぎりぎりまで削りとられていた。⁽¹⁸⁾

保存の領域の「線引き」がなされたことは、「かえって開発業者に対して『この線までは破壊してもよいのだ』という口実さえ与える結果」⁽¹⁹⁾となったのである。同じようなことは、京都・奈良でも起こっていた。

こうしたことを受けて、1970年前後に、歴史的風土や自然景観の保存運動がふたたび盛り上がる。きっかけは、飛鳥保存問題に対して、古都保存法の適用範囲拡大という解決策が示されたことだった。この解決策に対し、行政に任せたいはいけないという危機感を感じた人々が全国から明日香村に集まった。こうして「全国歴史的風土保存連盟」が誕生したのである。連盟の副会長は1971年の新聞記事で、このように語っている。「歴史的風土というものが“線引き”で決められるものではないのは当然だが、それを守っていくには市民の結集以外ないと思う。三つの古都だけでなく、大宰府や大津などもふくめて、全

国的な国民運動にすることが、大量破壊から自然を守る唯一の方法です。」また、連盟の発足式に出席した文化庁長官はこのように語った。「法律などをつくって守ろうとしますと、それをうまくくり抜けて逆にそれを利用するような悪らつなやつがかならずでてくるものです。ですから結局最終的に頼りうるのは“大衆の力”しかないのであります。」⁽²⁰⁾

このように、国に頼った活動に限界が見えたことで、保存運動に携わる人達の間には、国民に直に保存を訴えていくこそ必要なのだという実感が広がっていったのである。

2.2 「歴史的町並み」

古都保存法の対象地域は、京都・奈良・鎌倉の三都市をはじめとする一部の地域に限定されていた。このため、一部の自治体では、歴史的景観を保存するために独自の条例が設けられた。まず、倉敷市、金沢市で1968年に条例が制定された。次いで1972年、京都市が市街地景観条例を制定した。市街地景観条例は、保存地域の指定に留まらず、建築物の整備のための補助金を支給する制度が盛り込まれていることが特徴である。伝統的町並みが残る地域については、建築物の色や材料を指定し、派手な色や煙突などは道路から見えないように条件をつける。ただしこの条例は、生きて動いている京都の町並みを博物館のように凍結保存するものではないと、当時の京都市都市開発局長は述べている。「大都市では、市街地の景観は絶えず変ります。この変り方に一定のルールを設けて京都らしさを残すのがねらいです。」⁽²¹⁾

また、市民団体も地域の町並み保存のために動き始めた。

旧中仙道の宿場である妻籠では、1964年から明治百年記念事業として「妻籠を守る会」を組織し、街並みの復元整備を行った。妻籠の住民たちは「売らない・貸さない・こわさない」という三原則のもとに、安易な観光化に流されないという強い意志をもって町並み保存に取り組み、注目を浴びた。この妻籠の取り組みがきっかけとなり、各地に残る古い町並みを保存していこうという運動が全国に広がっていった。

小樽では1973年に運河の保存運動が起こった。小樽の町では、運河に沿って地元産出の石で建てられた倉庫が連なっている風景が見られる。この風景が道路の建設計画によって破壊の危機に瀕したのである。行政側としては、運河を単なる用地としてとらえ、機能しなくなったものは新しい機能すなわち道路によって置き換えていくべきだという姿勢であった。小樽市の行政や経済界からは、「道路が先に計画され、保存運動はあとから起きた」「残せというのはヨソ者ばかり。小樽市のことは小樽で決める」といった意見が出た。⁽²²⁾

一方、開発反対派にとって運河は、機能だけでははかることのできない特別な意味を持ったものだった。「運河を埋めたら小樽が小樽でなくなってしまう」という主張からも分かるように、反対派にとって運河は小樽という土地のアイデンティティであり、残して活用すべきものだったのである。(堀川, 2005, p192) 長い歴史を持つ建築物のある地域、すなわちいわゆる「古都」だけでなく、その土地特有の古い町並みの価値が見直されてきていたことを示す事例であると言えるだろう。

こうした動きを背景に、各地に残る城下町や宿場町などを表す言葉として「歴史的町並

み」というキーワードが登場する。1972年からは「歴史的町並みの全国調査」が文化庁によって行われ、それに基づいて1975年に文化財保護法が改正され、伝統的建造物群保存地区が導入された。1974年には、「妻籠を愛する会」「今井町を保存する会」「有松まちづくりの会」の3団体が、「全国町並み保存連盟」を結成した。この連盟は、1978年から「町並みゼミ」と呼ばれる町並みについての勉強会の開催も行っている。

しかし、国が「歴史的町並み」の調査に乗り出した当時、自発的に歴史的町並みの保存に取り組む自治体はまだ少数派であった。当時の文化庁建造物課課長は、「町並み保存は国や自治体が躍起になったからといってできるものではない。住民の生活がある。住民の盛上がりがないければ、いくら法を整備しても無理だ。」⁽²³⁾と、町並み保存に対する人々の意識がなかなか向上しないことを嘆いている。

意識の向上が進まないのは、規制に対して住民が危機感を抱くからである。蔵作りの町並みで有名な埼玉県川越市の商店街も、住民の反対により、伝統的建造物群保存地区の指定は見送られた。保存の対象として指定されたら、自らが所有する建築物を改良することすらままならなくなって不便を強いられるのではないか。そのような不安感から、「保存」という言葉を毛嫌いする住民も多かったのである。

しかし実際には、京都の市街地景観条例の説明でも既に述べたように、「町並み保存」運動の「保存」とは必ずしも「凍結」を意味しないのである。これは「保存」に積極的に関わってきた人々がそろって強調していたことである。「(町並み保存は)歴史的背景を生かした再開発であり、住民にとってプラスになる事業でなければ意味がない。幸い、日本の現状では観光資源として役に立つ。破壊の激しいところほどそうだ。極端な言い方だが、町並み保存とは観光資源作りである、そう割り切ってもいいのではないか。」⁽²⁴⁾

住民の生活と景観の保護との折り合いをどのようにつけていくか、歴史的景観をどのように住民の生活のために活かしていくか。そうしたことがこの時期の景観問題の課題だったわけである。

「歴史的町並み」の保存運動は、住民が身近な町並みに価値を見出すということが伴わなくては成り立たない。住民達自身が地元の町並みの価値を認識すること、そして、そうした動きに答える国の制度が整えられること、両者が相互に作用し合って歴史的町並みの保存運動は展開していったのである。

2.3 都市のデザイン

1960年代の丸の内美観論争では、都市の「美しさ」は、「規制」をするか否かという次元で論じられていた。しかし1970年頃から、先進的な都市では街を積極的に「デザイン」していこうという取り組みが見られるようになる。景観デザインにいち早く取り組んだのは、横浜市や神戸市である。

横浜市の景観計画では、「都市デザイン」という考え方が始めて取り入れられたことが注目された。この取り組みは1963年に始まる。当時横浜市は、中心地の荒廃と公害の乱開発という深刻な問題に直面していた。戦災を被った上に、終戦後は都心部を丸ごと米軍の軍事基地とされ、十年後に米軍が立ち退いたとき、そこはまるで「焼け跡のよう」な有り

様であったという。その復興の遅れに、高度経済成長が追い討ちをかけた。東京に近いこともあって住宅造成が一気に進み、郊外の至るところでブルドーザーが丘を切り崩していったのである。

そうした中で、横浜市の都市デザインの取り組みは、まず高速道路の地下化計画から始まる。さらに 1970 年代には、馬車道商店街（1976 年）やイセザキモール（1978 年）など、商店街の整備を行った。この取り組みは、市が地元住民や商店街関係者に組織させたまちづくり団体と市とが連携する形で進められた。（「日本の風景計画」, p121）一連の取り組みで重視されたのは、歩行空間の整備であった。歩行者空間の拡張、ベンチ・彫刻の設置、街路樹の整備が行われた。同じ時期には旭川の買い物通り商店街（1972 年）でも、衰退した商店街を歩行者の空間として生まれ変わらせる取り組みが行われて注目を集めた。1971 年に掲げられた都市デザインの目標は次のようなものであった。

- (1) 歩行者のための環境を擁護し、安全で快適な空間を提供する
 - (2) 都市の自然的特徴、地形や植生を大切にす
 - (3) 過密な市街地内にあっては、オープンスペースを確保し、緑を増やしていく
 - (4) 人と人との触れ合いやコミュニティ活動の場としての広場を増やしていく
 - (5) 海や川、池などの水辺空間に人々が触れられるように保全と活用を考える
 - (6) 都市の持つ歴史的背景や残された歴史的資産を保全し、文化資産を尊重、育成する
 - (7) 最終的に都市の形態や視覚的な美しさを追求する
- （西村ほか，2003，p122）

当時の都市景観の「美しさ」あるいは「良好さ」といったものは、生活空間に「心地よさ」をもとめる意識が人々のあいだに芽生え始めていたことがうかがえる。

銀座では歩行者天国が行われるなど、車によって占拠された道路空間を、人が心地よく歩ける空間として再生させることで商店街を活性化させようという試みは各地で生まれ始めていた。

「美しい景観」に対する横浜市の取り組みの特徴は、都市の表層的な部分を整えることそれ自体ではなく、そこで活動する人々にとっていかに居心地のいい空間を作るかということに重点が置かれていた点にある。

また、神戸市では 1978 年に「神戸市都市景観条例」を制定したが、この条例では、歴史的町並みの保存と都市のデザイン、つまり「保全」と「創造」を同次元で扱うものであった。その後、全国各地で制定される景観条例には、この条例をモデルとしたものが多い。重要な景観のある地区を景観形成地域に指定し、それぞれの地区で、景観を形成する上で建物の用途やデザインの基準や、緑化や照明などに関する規定などが示された。

2.4 緑化活動その他

1970 年代、自治体や市民団体が独自の緑化活動を繰り広げた。1971 年には、新宿区が町内会や学校などに協力を呼びかけ、花壇の設置や植樹、小中学生への草花の種の配布などを行う計画を打ち出した。区の広報課は、この計画について、「いわゆるコミュニティづ

くりのねらいもある」としている。⁽²⁵⁾

また、深刻化する公害問題と関連した緑化活動も行われた。愛知県東海市では 1971 年に「緑化条例」が制定された。この条例では、「保全地区」や「保存樹木」を指定し、所有者は樹木の育成に努めなければならないといったことが定められている。東海市の緑化活動は、市が、大手鉄鋼業の進出により重工業都市になり、深刻な公害問題に悩まされるようになったことから始められた。工業地帯と市街地との間に緩衝緑地がまずつくられた。当時の東海市の市長は、条例制定の意義についてこのような言葉で語っている。「欧州の都市ではアパートのベランダや商店の店先にも花壇があって、緑や花がいっぱいですね。そんな環境でこそ、人間性の回復があると思いますよ。公害に悩む市民にせめて緑をたっぷり補給したい」。⁽²⁶⁾

1973 年の新聞記事には、当時、都市部で「緑化ブーム」と呼ばれるほどに緑化運動がさかんであったことが記されている。「住宅や団地、それに学校や道路、工場まで巻込んで世は緑化ブーム。大手商社や製紙会社も緑化事業に熱を上げ、東京都では植木不足を見越して先行投資するほど」⁽²⁷⁾であったという。

これは量的・機能的充足一辺倒で形成されてきた都市空間に、「潤い」や「美しさ」といった感覚的なものを求める声が高まっていたことを示す事例であろう。経済的発展により都市は拡大し、物質的には豊かになったが、宅地開発による緑の大幅な減少や、産業の発展に伴う公害など、さまざまな問題が生活を脅かすようにもなっていた。

決して「人間的」とは言えない都市空間を少しでも自分たちの住みよい空間にしたい。東海市長の言葉ににじむこの思いは、多くの人々の共通の思いだったのではないだろうか。

生活空間に感覚的なものを取り込んでいこうという動きは、ニュータウンにも見られた。人工的な町であるニュータウンには「ふるさと性が感じられない」ということが指摘されていた。多摩ニュータウンに住む小学 6 年生の生徒はこのようなことを述べている。「星の形の建物なんてできないかなあ。どれも四角いんだもん、気が狂っちゃうよ。」⁽²⁸⁾生活空間の「非人間性」は、ここでも問題となっていたのである。そこで、多摩ニュータウンの小学校では、ニュータウンを子供達にとってかけがえのないふるさとにするための活動に取り組みがおこなわれた。

北側のシュロやツツジを植えた車寄せは「学校らしい外観に」と考えた先生たちの、勤労奉仕によるものである。できは、無骨だ。

教育長はしかし「無骨でかえってよかった」と思っている。「業者がきちっと作ったのより、先生方がこしらえてくれた、それだけで子どもには印象が強いのです」

先生といっしょに木を植えた。山から落ち葉をひろってきて、こやしにした。木のまわりでかけっこをした……。 「ふるさと作りは、思い出作りなのです。それも、手作りの」⁽²⁹⁾

こうした事例からは、空間の持つ情緒性などの質的な側面が見直され、それを住民自らの手で回復していこうという動きがあったということが言える。

2.5 1970 年代の「美しい景観」の意味合いとその背景

「歴史的町並み」保存の運動では、各地に残された古い町並みの価値が住民によって再発見された。また、生活の場である町並みの価値をどのように保存していくかという模索のなかで、単に景観を「保存」するのではなく、町並みを「活かし」、「育てて」いくという考え方が生まれた時期でもあった。自らの住む町の良さの発見は、生活との関連から景観をとらえるという視点を新たに生み出したのである。

都市デザインにおいても町の「居心地の良さ」が目指されるようになり、住民レベルの緑化活動などの取り組みでも、自分たちにとって心地よい町にしていこうという動きがあった。これらは、公害問題などとも大きく関わっているが、全体として、生活空間のあり方に目が向けられ始めたということが言えるだろう。

1970年代という時期に、歴史的町並みの保存が注目されるようになったこと背景には以下のようなことがあると考えられる。

まず大都市に住む人々が抱いていた意識について考えてみよう。この時期、脱都会の意識が人々の間に生じてきていた。それは、1970年代に入るところから、都会を抜け出して田舎暮らしを始める若者が増加したことにも現れている。

脱都会の意識が芽生えてきた理由としては、都市の近代化がまず考えられる。近代的な材料・工法・デザインの建築物が全国的に拡大したことにより、風景の均質化・近代化が進んだ。そうした中で、ニュータウンの小学生の言葉にも表れているように、自らの住む都市に愛着や安らぎを感じることができないという実感が人々の間に広がっていたのである。これが一方では歩行空間の整備や緑化の動きに結びつき、他方では理想的な場所を求めて他の土地を訪れる動きに結びついたのだろう。

同じ時期に余暇も増大し、「ディスカバー・ジャパン」キャンペーンなどの効果とも相まって観光が盛んになる。1970年の新聞記事には、観光ブームについて「公害からの脱出」や、「“ふるさと”へのあこがれ」が背景にあるとする記述がある。⁽³⁰⁾こうした動きの中で、地域の良さが注目されるようになったと考えられる。

次に、都市の人々と地方の人々双方の意識について言えることとしては、経済成長が一段落して、経済の発展と引き換えに破壊されたものや、失われたものに目が向けられるようになったということもあるだろう。地域の特徴的な町並みも経済成長とともに急速に失われたものの一つであった。例えば長崎では、1972年に市の観光課が市内の明治洋館の状況について調べたところ、「わずか4、5年の間に100件近く減っていた」⁽³¹⁾という。こうした変化を通して、自分たちの求めていた「豊かさ」とは一体なんだったのかといった問題意識が生じ、文化的なものへの関心が高まり始めたのがこの1970年代であるといえる。

また、「地方の時代」とも言われる時代の情勢も、「歴史的町並み」の保存運動を後押ししたと考えられる。この時期、東京一極集中のあり方が見直され、地方に目を向けていこうとする動きが各方面で盛んになった。人口流出（過疎化）による地方の衰退も大きな問題となっており、地方都市は、問題解決のために「地域の良さ」を打ち出していく必要性に迫られていた。1973年に妻籠宿の保存条例を手がけた長野県南木曾町の当時の町長は、こう述べている。「今は広域行政ばかりで、地域の価値が忘れられている。過疎化による荒廃をくいとめるには“地域の個性”に目をつけなければ、と思うんです。」⁽³²⁾

また、大都市へ出て行く人が、都市の生活の中で自分の故郷の魅力を再発見したことも、要因の一つとして挙げられる。奈良県橿原市今井町の街並み保存運動は、まさにそうした再発見がきっかけとなっている。

奈良県今井町の若者たちが町並みの保存に熱心になったのも、自分たちの町が歴史学の上から貴重だからというだけではない。毎日、大阪方面に通勤していて、大阪に比べ今井町の環境がすぐれていることを発見したからだ。大阪の都市景観と比較して、今井町の土蔵と格子の伝統的景観に価値を認めたからだという。⁽³³⁾

自らの住む地域の歴史的町並みの良さの「発見」は、人々の移動の活発化を背景として、住民たちによって見出されたり、あるいは専門家など、外部の人によって見出されたりしたのである。

しかし、町の魅力が発見されても、妻籠の例のように、観光ブームとまちおこしと上手く結びつけることができる場合もあれば、観光と町並みの保存とが矛盾する場合もあった。

1981年には香川県の琴平町で「町並み保存か、観光開発か」という問題がおきている。「こんびらさん」の名で親しまれている金刀比羅宮の門前町で、鉄筋コンクリートの巨大な観光ホテルが建設され、「門前町らしい景観を損なう」として問題となった。「門前町を守る会」の会長は当時、こう述べている。「琴平へ来る観光客が一人でも多くここへ泊まってほしい気持はわれわれも同じだ。しかし、門前町らしい個性を捨ててまで客を呼ぶのはどうしたものか。」⁽³⁴⁾

また、琴平観光商工課長は「町並み保存も大事だが、このままでは“瀬戸大橋時代”に乗り遅れる心配もある。今後の対応を町民がどう選択するか、見守っていきたい」⁽³⁵⁾と言っている。この発言からは、観光と景観の複雑なかかわりが読み取れる。誰もが、大切に守られてきた景観を保護することに意義があるということは認識している。しかし一方で、開発をしないことには観光地として生き残れないという現実がある。両者は両立が難しいのである。

3 1980年代

3.1 緑化運動の姿勢の転換

1970年代に都市で進められていた緑化は、土地の緑をいったん破壊した上で緑地公園を作るといったように、土地の固有性を無視する傾向にあるとして批判されることもあった。土地の気候に合わない外国産の街路樹を植えて枯らしてしまう例もあったという。

しかし、緑化運動のそうした流れは、80年代に入る頃から変わってくる。街路樹の樹種の見直しが行われるなど、緑化を行う人々の姿勢に変化が見られるようになるのである。各地で行われた街路樹の見直しでは、日本在来の樹木への志向が強い。神戸市や横浜市では、街路樹のプラタナスをケヤキに代える取り組みが行われた。また川崎市では、通りに植えられたトウカエデの木が「貧弱」とのことで住民からケヤキの木が寄付され、植え替

えが行われた。

単に量的な充足だけでなく、「土地の個性」というものが、緑化の取り組みにおいても求められるようになってきたのである。

3.2 国の事業とその周辺

公共事業にも、「量」の充足という姿勢からの転換が見られる。景観形成モデル都市や地域住宅計画（H O P E）などの支援事業は、地域の特性を反映できるものであり、「地方の時代」に注目された「地域の独自性」が、事業を通して実現をみた時代である。

建設省は、1983年から「都市景観形成モデル事業」を行った。これは、緑豊かな町を目指して、官民一体となって緑化を進めていこうという計画であった。その内容は、「市が、広さが100ヘクタール程度で、周囲を大きな街路に囲まれ、景観としてまとまりのある地区をモデル地区に指定し、その地区を広場公園や緑道の配置、そこに植える樹木などを定めた総合緑化計画をつくる」⁽³⁶⁾というものだった。

また、国土庁は1980年度～1983年度にかけて、「水緑都市モデル地区形成事業」を行った。9都市が対象となったこの事業は、水辺や緑地を整備し、レクリエーション施設を作るというもので、これをきっかけとして、各自治体に、地域住民の植樹運動が広がり、「個人の募金や企業からの寄附が集まるなど、草の根運動に発展した」⁽³⁷⁾という。

1982年に環境庁がまとめた、全国の市町村を対象とした水辺作りの実態調査の結果によると、多くの自治体が、水辺の環境づくりに取り組んでいた。取り組みの内容で一番多かったのは『水辺の美化』で、具体例としては、静岡県修善寺町などで行われた清掃活動がある。次いで多かったのは『景観保全』。この例としては千葉県市川市で行われた、川岸の植樹などが挙げられる。他にも、魚類や昆虫などを育成保護する『自然環境保全』の取り組みなどが行われていた。ここで興味深いのは、活動の主体としては、『住民団体』が『市町村』を上回ったということである。住民が主体となって景観づくりに取り組む姿勢が、国のモデル事業なども追い風となって確実に定着してきたことを示す調査結果であるといえるだろう。⁽³⁸⁾

さらに国土庁は1984年度には「花と緑の都市モデル地区整備事業」を実施した。これは国土庁が「人口の地方定住を促進するためには緑豊かな、魅力のある都市づくりが必要」⁽³⁹⁾という観点から計画したもの。その内容は、水辺の緑化や、空き地を利用した緑の広場の整備、歴史的な街並みなど町のシンボルとなるような通りに植樹をして景観を整えることなどであった。国土庁は、住民参加型の取り組みを目指し、住民や企業の代表を事業のプラン作りの段階から加える姿勢を示した。

この時代は、都市景観作りにおいて、緑化が注目を集めていたと思われる。1986年には、全国植樹祭が初めて林野庁と建設省の共管で開催された。植樹祭は戦争で荒廃した山林の回復のために始められたもので、主に山間部で行われてきており、林野庁の所管となっていた。それが、建設省と共同で開催されたということは、都市の緑化が都市計画において重要な位置を占めるものとなったということだろう。

さらに1985年には、建設省が全国の自治体向けに「景観形成マニュアル」を制作。こ

のマニュアルは、景観に配慮した道路づくりや河川整備のための、整備指針や国内のモデルケースをまとめたもの。「たとえば『道路・街路と河川』では、両者の一体的な整備が必要だとし、(1)河川管理用の通路を歩行者に開放する(2)護岸、さくなどを親しみやすいデザインのものに改善する」といった内容であった。⁽⁴⁰⁾

また、建設省の施策として1983年にはH O P E計画が始められた。地域の特性を活かした住宅作りを目指したこの事業が行われた背景について、当時建設省の住宅課長だった人物はこうに語っている。「戦後の大量供給を求められた過程で、日本の住宅は無国籍になってしまった。国の住宅政策も画一化の方向に力を入れすぎた。量的不足の問題が解消するとともに、生活空間の美意識に対する欲求が出てきた。住宅に出窓をつくるようになったのはその表れだった。」⁽⁴¹⁾

3.3 色彩・広告の規制

1980年代に入ると、広告物や建物の色彩が景観におよぼす影響についての議論が盛んに行われるようになる。

広告の氾濫を問題視する声が高まってきていることを窺わせる記事が、1986年の新聞に見られる。記事には、企業の広告が景観を破壊しているということを書いた記事に対して賛同する投書が数百通集まったということが書かれている。⁽⁴²⁾このときの投書の多くは、外国との比較から日本の広告のありかたを問題視するものが多かったという。外国を訪れる人が増え、自国の景観を外国との比較から捉える視点が生まれたのだろう。

色彩に関わる景観問題としては、1986年に高崎市で起きた「色彩公害」問題が挙げられる。これは、駅前のカメラ店の外壁が蛍光塗料でオレンジ色に塗られていることが、住民の苦情を招いたというものである。「恐ろしい怪物のような色で目がくらくらする」という苦情や、「景観阻害、生活妨害につながる」という高崎地域保健委員会からの陳情が市に寄せられた。⁽⁴³⁾

こうした色彩への関心の高まりの中で、条例によって色彩を規制しようという自治体も現れた。神戸市や京都市などがその代表的な例である。

また、色づかいを重視した景観づくりも盛んになった。

街の色彩を考えるという点では先駆的な都市・横浜では、市の都市デザイン室が中心となり、関内地区で「ブラウン計画」に取り組んでいる。市庁舎横の「くすのき広場」や馬車道、山下公園周辺では、歩道にレンガタイルを敷き詰め、街の色をブラウンに統一している。その昔、レンガの建物が多かったことにちなんだものだ。アンケート結果では、市民の評判はおおむね好意的だった。

横浜市の東横線菊名駅前にある西口商店街でもレンガタイルが使われている。しかもここでは、建物の壁面を真っ白に統一し、色のコントラストを浮かび上がらせている。

新しくつくられる住宅地でも最近では色を考えるようになった。横浜の港北ニュータウンでは、「土と緑の景観づくり」をテーマに、建物をブラウンに統一した。横浜・若葉台団地では、センター地区の色を鮮やかな黄色にして街の中心性を際立たせ、周辺にいくと落ち着い

たブラウンベージュ系の色へと変化させている。〔中略〕

おもしろいのは奈良市の例。「青丹(あおに)よし奈良の都は……」の言い伝えを受けて、公共建築物を青丹色(濃青に黄を加えた染色)にしている。アイデアはいいのだが、市民の評判はいまひとつらしい。〔以下略〕⁽⁴⁴⁾

1984年に成立した「ふるさと滋賀の風景を守り育てる条例」でも、色彩が重視されている。この条例は、琵琶湖の周囲や主要道路、河川の周囲などを景観形成地域に指定し、建物の新築や増改築の際の届出を義務付けたもので、「屋根は灰色か茶系統、壁は無彩色、外観の素材は木材の自然の感触を残す」といった指定がされた。⁽⁴⁵⁾

同じく1984年には、東京都広告物審議会が広告物の見直しを求める答申を都知事に提出している。これは、それまで一つ一つの広告物を規制するというやり方だったものを、建物ごとの広告物の総量を規制するという形に変更しようというものである。また、広告物の内容や色づかいとして不都合とされるものは地域によって大きく異なるため、地域住民の協定によって規制することが提案された。

1980年代は、商店街が自主的に建物の外観や色彩あるいは広告物などについて協定を結び、街の景観を整える取り組みが各地で行われるようになった時代でもある。「『商店街を単なる買い物の場でなく、消費者の楽しい憩いの場にする』という意識が商店街関係者に根付いてきたことの表れとみることができる」と分析されている。⁽⁴⁶⁾空間に美的なもの・感覚的なものがもめられるようになったということだろう。

「美的なもの」が重視されるようになってきたことの根拠として、東京都のガードレールが変更されたことが挙げられる。従来のガードレールは「機能本位で美的センスに欠け町並みを画一的なものにしている」と批判されていたため、東京都は、「都のシンボルマーク、銀杏(いちょう)の葉をかたどった緑色のガードレール」を都内全域の都道に取り付けたのである。⁽⁴⁷⁾

3.4 彫刻によるまちづくり

景観や文化への関心の高まりから、彫刻によってまちづくりを行おうという自治体がこの時期増加した。広島県瀬戸田町は、全島にオブジェを設置し、島全体を美術館にする構想を打ち立てた。設置する彫刻は、青空や海をイメージしており、島の自然を調和を重視したものであった。また、愛知県碧南市は1989年に海外の彫刻家を招いて公開制作をしてもらう「国際野外彫刻シンポジウム・碧南」を行った。札幌、横浜など野外彫刻設置に熱心な8市の担当者を集めて、製作中の海外彫刻家も交えて「彫刻サミット」も行い、「地方自治体における野外彫刻 都市空間とアメニティ」をテーマに話し合いがなされた。「全国から40の自治体の見学」があったとのことで、「単なる設置から総合的な文化運動に踏み込んだもの」としても評価された。⁽⁴⁸⁾

碧南市では、83年から毎年1作ずつ野外彫刻を設置する活動を行っていた。当時この活動は市民にも好評で、「街並みが美しくなった」「早く自分の地区にも作って欲しい」という声もあったという。⁽⁴⁹⁾

また、倉敷市は1987年に「倉敷まちかどの彫刻展」を開催した。「倉敷の街の雰囲気合致するもの」、「設置する底面積が1平方メートル以内」などの条件で公募を行い、入選作品を街角に設置するという試みであった。この彫刻展は、「優れた作品を街のなかに設置すればよしとするのではなく、それがその街固有の環境空間にマッチし、市民生活のなかに溶け合った彫刻として存在しうるかをまず考える」という視点から作品を選ぶもので、何よりも「市民や訪れる人々にやすらぎを与え、愛される彫刻であることを重視」という姿勢が強調された。⁽⁵⁰⁾

地方自治体が設置する彫刻は、壮大さや目新しさ、有名性や話題性などを意識したことから、その土地にあったものを設置する試みへと変化しつつあったということである。

3.5 住民参加の拡大

世田谷区では早くから都市づくりに住民参加の手法を取り入れてきた。1983年度には、「身近なまちづくり推進員制度」を設けた。この推進員は、「まちの世話役、リーダー、調整役であり、区とのパイプ役」となるものであった。また、86年に世田谷美術館が完成したことによって、美術館の背景に見える清掃工場の煙突の赤白模様が、美術館の景観に合わないという声が住民から寄せられた。そこで区は、新しい煙突のデザインを全国から公募した。こうして市民の意見を取り入れる手法によって、空色の煙突が新設された。同じような形で、87年から88年にかけては、区の公衆トイレのデザインの設計案も募集したさい、一般区民の意見も取り入れられるように「快適なトイレにするためのアイデアやシンボルマーク」もあわせて募集した。こうした公募方式の住民参加のほかにも、身近な風景の持つ魅力を発掘して評価することによって住民の関心を高めていこうという取り組みも行われた。84年には「せたがや界限賞」として、独特の雰囲気を持った界限を表彰する取り組みを始めた。評価のポイントとなるのは、「歴史的、時間的経過が感じられる、住民が参加している（以下略）」などといったことである。同じ年には、「せたがや百景」の募集も行われ、2700箇所の風景が寄せられたという。（井上，1996，p76 77）

3.6 1980年代の「美しい景観」の意味合いとその背景

1980年代前半には、東京都内各地でワンルームマンション反対運動が起こったが、これは歴史的町並みや自然環境の伴った特殊な地域だけでなく、一般的な住宅地のあり方を考える上でも「景観」というキーワードが重要になってきたことの表れだろう。大規模な開発による景観破壊問題を経て、暮らしやすい生活環境について市民が考えるようになったと同時に、経済的にゆとりがでてきたことで、「美」や「イメージ」を追求する風潮が生まれた。それが緑化のみならず、色彩や広告物など様々な視点から景観の良さを求めていこうとする意識の芽生えへと結びついたと思われる。

景観づくりへの市民参加の形式の移り変わりについて、井上繁は、1960年代を「反対」の時代、1970年代を「陳情」の時代と位置づけている。そして1980年代は、「提案」の時期であり、「市民が自ら住む都市の将来について考え、都市づくりについて前向きな提案をするようになった」としているが、まさしく、市民が生活環境の良さを求めて積極的に

行動するようになった時代であるといえる。

市民の意識の高まりに答えるように、この時期、国や地方自治体が進める景観計画にも、市民参加の方式が積極的に取り入れられるようになる。個々の建築物の緑化や、地域に調和した色彩の指定など、地域住民の協定などによる細やかな景観づくりが求められるようになったことも、住民参加の拡大につながった。こうした動きがやがて、市民主体へとつながった。

また、この時代のキーワードとして「文化」が登場する。これは、経済的効率を追い求めていた時代に対する反動だと思われる。「文化」が注目されるようになったことを示す例として、東京都が1983年に方針として打ち出した「文化アセスメント制度」がある。

文化アセスメント制度は、(中略)文化的な視点、尺度で、生活環境や行政施策を評価しようというもの。(中略)とりあえず、夏までに学識経験者、都のスタッフなどから成る委員会を発足させ、調査研究を行う。

その際、「自分たちの住んでいる地域では何が文化的だと思っているか、また、その度合いは」「文化的に何が欠けているか」などをアンケート調査し、その結果から、文化アセスメントを行う場合に、地域の特性を浮き彫りにし、よりよい環境をつくるためには、何を対象に、どういう基準で評価すべきかを決めていく。

対象となるのは道路はじめ、橋、公園、河川、住宅・工業団地など新設、既設を含めた行政施策、街の景観、郷土芸能、祭りなど広い意味での環境があがっており、求められる基準としては美観、地域性、やすらぎ、なじみなど感覚的なものと、劇場、体育館、レクリエーション施設の有無など数量的なものが考えられている。〔以下略〕⁽⁵¹⁾

「文化」だけでなく、「美」や「イメージ」にも注目が集まった時代であった。1980年代は、「量から質へ」という時代の価値観の変化を経て、「美の時代」に突入した時期あるとも言われる時代だったのである。「美の時代」に入ったということは、物事の「イメージの良さ」がそれまでにないほどに大きな意味を持つようになったということでもあった。

例えば1980年代前後は、自社のイメージの改善に努める企業の動きが盛んになった時代であった。企業理念の問い直しとイメージの向上をはかる「C I (コーポレート・アイデンティティ)」の取り組みのブームである。このブームは、「イメージ」というものが企業の存亡に大きく関わってくるということが認識され始めたことを反映していた。「イメージがいいと、やる気のある優秀な学生を採用でき、社内に活力が出、商品のイメージもあがって業績があがる」のである。こうした「イメージ戦略」への熱心な取り組みは、企業のみならず、自治体にも広がった。企業を呼び込むために、C Iの技法を改良した「新C I (コミュニティ・アイデンティティ)」の導入により、地域の魅力ある個性を打ち出していこうという動きが、各地で盛んになったのである。

例えば神奈川県では、「K I (カナガワ・アイデンティティ)」と名づけた新C Iを導入した。具体的には、「ブルーをシンボルカラーに決め、ロゴタイプ(字体)を統一したりして、『文化のための1%システム』とともに『美』への感度の強いところを示す」といったものであった。⁽⁵²⁾

「地方の時代」が地域色の再評価をもたらし、80年代から充実する国のモデル事業が地域色を生かした街づくりを後押ししたわけだが、社会を覆っていた「文化・美・イメージ」を重視する風潮は、こうした地域作りの方向性に少なからず影響を与えたことだろう。

4 1990年代

4.1 開発の影響

バブル期に盛んに行われた開発は、全国の自治体の景観への取り組みに大きな影響を及ぼした。

たとえば、いち早く景観作りへの取り組みを進めてきた金沢市でも、中心地の開発ラッシュが起こったことによって新たな景観計画の必要性が浮き彫りになった。

金沢市では歴史的景観を守るため、全国に先駆けて1968年に条例を制定していた。しかし、歴史的景観の保存の対象とならない地域には何の規制もなかった。このため市中心部の開発が進み、緑が乏しく、高層ビルが乱立する光景が生まれた。そこで金沢市は89年に、68年に制定した伝統環境保存条例を廃止し、新しい「伝統環境保存・美しい景観形成条例」を制定、歴史的景観の保存に加えて都市景観作りも取り組みの対象とし、調和の取れた都市景観づくりを目指した。

また、リゾート開発ブームにより、各地にリゾートマンションが相次いで建設された。代表的な例としては、静岡県熱海や、新潟県湯沢などの温泉地におけるマンション建設ラッシュがある。当時の新聞には、熱海に押し寄せたマンション開発の波に対して地元の人々が危機感を募らせる様子が記されている。

三千百八十四戸。昨年一年間に静岡県で分譲されたリゾートマンションの数である。前年比七四・一％増。「これまで県別で首位だった新潟県を抜きました」と不動産経済研究所の橋口勝三調査部長。その多くが熱海に集中しているという。

「山を見上げればマンション工事のクレーンだらけ」「夜になっても明かりのつかないマンションが増え、“五十万ドルの夜景”になってしまう」熱海市民の間からも嘆きの声があがり始めた。⁽⁵³⁾

また、函館市では、函館山のふもとにマンション建設ラッシュが起こり、山からの眺望が阻害されるという問題が起きた。京都では1990年に、清水寺が、マンション建設計画のあった隣接地を買い取った。

マンション建設が全国各地で論議を巻き起こしたことによって、住民や自治体のあいだでは、景観規制の必要性が強く認識されるようになった。そしてこの意識の高まりが、景観条例の制定のブームや、新たな規制の導入へと結びついたのである。

例えば倉敷市では、美観地区に隣接する地域の高層建築物が、美観地区の景観に入り込んでしまうという問題が浮かび上がった。そこで、美観地区の背景になる地区に、建築の高さ規制を導入した。

神奈川県の実鶴町や愛知県の犬山市では、マンション建設がきっかけとなって条例の制定がなされた。この実鶴市の条例は、「美の条例」として知られている。この条例のなかに町の景観形成の基準となる「美の基準」が示されているが、これは建物の高さや、色、形態などについて具体的な基準を定めたものではない。建築のあり方を検討するためのキーワードを示したものである。例えば、「眺め」という項目については、「建築は人々の眺めの中にあり美しい眺めを育てるためにあらゆる努力をしなければならない。」という「基本的精神」と、「まつり・夜光虫・できごと・眺め・賑わい・いぶき・懐かしい町並み」というキーワードが示されている。こうした、一見するととらえどころのないような形の基準が採用されたのは、そこで生活している人たちが感じている町の良さを、住民同士で共有できるようにするためには客観的な基準ではなくキーワードを示す方式のほうが適していると考えられてのことだった。

4.2 古都の「発展」と「保存」

バブル経済を背景としたマンション建設は、京都市でも激化していた。神社や寺の背景には高層建築が建ち、伝統的な町家も次々と失われていった。

そして京都の人々が開発への危機意識を募らせる中で起こったのが、京都ホテル・京都駅ビル景観論争（1990）である。

京都ホテルの建設に対しては、京都仏教会が「歴史的景観を破壊する」として、ホテル宿泊者に対し「拝観拒否」をする事態にまで発展した。

また、駅ビル建設に対しても歴史的景観の保護という観点からの反対意見があがった。「世界的な文化都市の玄関に超高層ビルはふさわしくない」⁽⁵⁴⁾「都心に60メートル級のビルが林立すれば、京都らしさは失われてしまい、取り返しがつかなくなる」⁽⁵⁵⁾など、独自に形成されてきた景観を守ることこそ、京都にとっては必要であるとしたのである。

一方、駅ビルの開発業者は、「新駅ビルは新しい京都のシンボルとして、従来の規制にとらわれず、高くしたい」と主張した。⁽⁵⁶⁾また、建設当時は「醜い」として批判されながら都市のシンボルとして定着したエッフェル塔の例を出して、「100年後にも評価を受けられるものをつくる自身がある」としている。⁽⁵⁷⁾

駅ビル高層化の賛成意見は、地元経済界にも多かった。「高さ制限にこだわらず21世紀に誇れる景観を創造すべきだ」⁽⁵⁸⁾といった意見も出た。高さ制限が市街地の有効活用を妨げてきたという認識に基づき、高層化を歓迎する傾向があったのである。

地元経済界の考え方としては、伝統を活かしつつも経済発展を目指さなければならないという思いがあったのだろう。実際、当時、「戦前に比べ日本の都市人口が約5倍になったのに対し、京都はせいぜい2倍。市の国内生産額に占める割合は70年度の1.76%から89年度は1%に低下した」⁽⁵⁹⁾といわれており、何とかして経済を発展させたいという思いを抱いていた人も多かった。そうした再興の象徴として、駅ビル高層化が求められたのである。

古いものを頑なに「保存」するだけでは他の都市に経済面で遅れをとる。しかし、あまり自由な開発を許しては、古都独自の魅力が失われかねない。経済発展を目指しつつ「保存」と「開発」をどのように調和させていくのか。この課題が、駅ビル問題を通して浮き

彫りになったわけである。

また、近代的な駅舎の建築に携わった建築家たちは、京都には新しさも必要だと主張していた。「京都の景観はもはや伝統的という言葉では表せない。冷静に見ると、新旧が混んとして危うい眺めばかり」⁽⁶⁰⁾「古都に新しいものを持ち込むことは確かに難しいが、解決法はいろいろある。古いままでは都市は先細りする。京都は風土がはっきりしている分、かえって新しさが提示しやすい」⁽⁶¹⁾「京都はこうあるべしという固定したイメージ通りにデザインすることが発展とは思わない。」⁽⁶²⁾

京都の駅ビルは、コンペで 120m の案と 60m の案の決選投票があり、駅ビルの超高層化を期待する声も多い中 60m の案に決定した。従来の高さ規制にとらわれずに計画をするとしながらも、結果的には超高層ビルのデザインとはならなかったのである。ここからは、「新しい京都」と「景観保護」の間で揺れ動く古都の悩みが読み取れる。

90 年代に京都で起こったもう一つの大きな景観問題として、鴨川のボン・デ・ザール問題（1996～1998）がある。

「ボン・デ・ザール」とは、パリのセーヌ川に架かる橋であり、京都・パリ姉妹都市 40 周年記念としてこの橋のデザインを取り入れた歩道橋を鴨川に設置することが計画された。この計画に対して、地元からは批判の声が上がった。設置反対派は、「鉄とコンクリートの材質感が鴨川に合わない。幅 10m の橋は大きすぎる。」「京都にフランスの橋は要らない。」「三条と四条との間に六〇〇m の距離があるから、広がりのある自然景観や先斗町の文化的な空間が成立つ。橋はそれを破壊する。」などと主張した。（進士ほか，1999，p52）

一方、計画の責任者は、「美しいものはどこに置いても価値があると思う」「京都は常に新しいものを取り込んで成長してきた街でもあり、今後も世界中の良いものを受け入れていくことが必要ではないか」⁽⁶³⁾と主張した。さらに、地元住民の中にも「橋が架かると便利になる、橋は景観づくりに寄与する。」という意見があった。（進士，1999，p52）

結局この歩道橋の問題は白紙に戻された。この問題では、「景観の美しさ」も問われたが、一方的に計画を進めてしまった京都市側の態度にも批判が集まった。

4.3 住民参加のまちづくり

シンボルとなる地理的特徴や歴史的建造物、モニュメントなどを中心に据えたまちづくりにおける取り組みを「図」の景観づくりとするなら、生活環境の整備や地域の価値の発見に焦点を当てたまちづくりにみられる取り組みは、「地」の景観づくりといえるだろう。

この時代に行われた「地」の風景作りとして、埼玉県蕨市の取り組みが挙げられる。蕨市で、一般市街地を魅力や特徴のあるまちにしようという取り組みが始められたのは 1984 年だった。当時は、多くの市町村で行われていた風景づくりの取り組みは、「図」のまちづくりであった。それに対し、歴史的な場所や中心となる場所をもたない蕨市は、「コミュニティを再確認する」ことを目指した景観形成を計画したのである。

まちづくりにあたっては、地域の住民を対象に「メンタルマップ調査」などが行われた。この「メンタルマップ調査」とは、住民に白紙を渡して、そこに、街の地図を描いてもら

うというものである。これによって、住民たちが街をどのように認識しているかを明らかにし、町の中でポイントとなっている場所を知ることができるのである。また、住民たちに、まちのなかでよいと思う場所、改善したほしい場所についても同じように描いてもらった。これらの調査の結果に基づき、まちの修景計画が作られた。

そして、道路を実際に整備する段階でも、様々な形で住民参加が図られた。道路の設計では、地元の人に協力してもらい実際に車を走らせる実験を行った。また、植栽を決める段階では、話し合いによって地域の希望を取り入れて樹種を選んだ。遊歩道には子どもたちがワークショップによって制作したブロンズ像が設置された。

こうして完成した親水道路は、住民の意識に影響を与えた。街への愛着が生まれ、水路や花壇の管理をする組織が自主的に結成された。また、通りに面した建物に、通りと同じ樹種の生垣を用いたものや、通りの景観に配慮した建物が建てられるなどした。

1990年代はまちづくりにおける住民の参加が進んだ時代である。住民向けに「まちづくり講座」をひらく自治体も増加した。町おこしの専門家や建築家らを講師として、住民たちが景観づくりやまちづくりの手法について学べる機会が設けられたのである。

例えば1993年、台東区では、「台東区まちづくり公社」によって「まちづくり大学下町塾」が開講された。この講座では、「街づくりの進め方、都市計画と防災のポイント」などが教えられたという。⁽⁶⁴⁾

こうした講座は、開発による町並みの急激な変貌が住民に危機感を与えながらも、どうすればよいのか分からない人が多い中で、住民の意識とまちづくりとを結びつける意味をもったものであった。

また、条例でも、住民参加を重視したものが制定されるようになった。

1989年に制定された「藤沢市都市景観条例」は、市民参加を重視している。市が大まかなマスタープランを作り、景観形成の理念・方法を示す。そして各地域の住民が、建物のデザインや色などの細かい指定などのようなローカルプランを作る、という方法が景観づくりに取り入れられたのである。

先述の真鶴の条例も、開発に当たって住民との協議と合意をもとめている。また、住民の感覚を建築の基準として積極的に取り入れていこうとする姿勢が「美の基準」には表れているといえる。

4.4 歴史的建造物の保存と活用

京都市は1995年に町家再生のための総合プラン策定にのりだした。地区の特性ごとにきめ細かい手法がとられ、観光名所が集まる東山地区では、地元住民を交えて「町並み景観や歩行空間の確保」について話し合った。また、西陣織の工場が並ぶ西陣地区では、瓦や千本格子などを現代風に取り入れた「町家共同住宅」の建設に取り組んだ。

こうした取り組みの背景には、バブル経済の時期にマンションの乱立や大型スーパーの進出で多くの町家が失われ、京都らしい景観が破壊されるとして問題となっていたことがある。また、コミュニティの崩壊を防ぐという考えも背景にはあったと思われる。

「京町家再生研究会」が結成されたのもこの時期である。この団体は、建築関係者らが

中心となり、住民、学生なども加わって結成された。「町家の意匠の研究や町会所などの改築」や、勉強会の開催、さらに町家を「若者向けのレストランやデザイン事務所」にリニューアルする活動にも取り組んでいる。

町並みの保存を地域の活性化に結び付けようという動きは京都以外の地域でも見られる。佐賀県の有田町の町家は、町家の魅力は残しつつショーウィンドウのデザインを取り入れたりするなど、可能な限り現代風なアレンジが加えられている。

川越の一番街商店街のまちづくりも、住民外主体となって保存と街の活性化の両立を目指すかたちで進められてきた活動の一つである。商店街はかつて、1970年代に伝統的建造物群保存地区の指定を見送った。建物を自由にできなくなることに對して、地元住民から反対があったためであった。しかし街が衰退していく中で、蔵を積極的に活用した商店街活性化が目指されるようになり、1983年に市民団体「川越蔵の会」が結成された。あくまでも活性化が最優先であり「商業活性化による景観保全」をスローガンとした。1985年には、中小企業庁の「コミュニティ・マート構想」のモデルとして指定された。この構想は、「商店街を、人々が楽しみ交流することができるコミュニティの核にする」ことを目指すものである。この考えに基づきながら、蔵を活かした商店街作りが進められた。そして1988年には、「川越町づくり規範」が定められた。この「町づくり規範」は、パタン・ランゲージをもとにして作られたもので、「色は無彩色を基調に」とか、「高さは周囲を見てきめる」といったものである。(進士ほか, 1999, p274)

また、滋賀県長浜市の取り組みも、歴史的建築物を生かした町おこしの例として有名である。これが町おこしのきっかけとなったのは、「黒壁銀行」と呼ばれていた1900年築の百三十銀行長浜支店の建物である。「黒壁銀行」を町のシンボルとして位置づけ、1989年、第三セクター「黒壁」が設立された。ガラス工芸を町の魅力の核として、ガラスを使った作品を展示する美術館や、ガラス作りの体験工房などが作られた。

現在、一帯には黒い壁の建築が幾つも立ち並び、落ち着いた雰囲気のある景観を形成している。しかし、この風景は、「黒壁銀行」というたった一つの歴史的建築物からヒントを得て生み出されていった「新しい風景」である。さらにガラス産業についても、町おこしの過程で新たに導入されたものである。古いものがもつ魅力を活かしながらも、積極的に新しいものを取り入れていった町おこしの例であるといえるだろう。

歴史的建築物の保存は、その積極的な活用によって軌道に乗る場合もあるが、保存・活用が実現されずに取り壊される建築物も多かった。とくに近代建築はバブル期に数多く破壊された。東京駅にも、1987年に一度取り壊しの計画が持ち上がっている。

バブル期の建築物取り壊しラッシュが一段落すると、今度は、耐震強度の問題から近代建築物が失われるという事態が起こった。こうした近代建築の保存活用は容易ではなく、例えば栃木県の宇都宮市では、「旧第一勧銀支店を買い取り、美術館などに活用する計画を立てたが、補修コストなどを考えて断念した」⁽⁶⁷⁾という。

阪神淡路大震災以前は、ビルの所有者が建替えのために建物の使用者に立ち退きを求め、なかなか同意してもらえない場合が多かった。しかし震災後、事態は一変した。建物の耐震強度が注目されるようになった関係で、立ち退きの説得が容易になり、各地で近

代建築物が相次いで壊されるようになった。

東京都が歴史的建造物に指定していた丸ビルが取り壊されることになり、反対派は「(丸ビルは)歴史的な景観を誇る東京の顔」⁽⁶⁸⁾として、取り壊しを中止するよう求めたが、三菱地所は「東京は世界都市として発展する。その中心は丸の内。そのへそに位置する丸ビルはオフィスビルをして先端的でなければならない。」⁽⁶⁹⁾とした。結局、丸ビルは旧ビルの一部を保存する形で新築された。

4.5 1990年代の「美しい景観」の意味合いとその背景

この時代の特徴として、「市民目線」「生活目線」で景観を考える動きがでてきたということが挙げられるだろう。こうした特徴は、町家や蔵の活用の事例に見ることができる。地元特有の建物をたんに「保存」するのではなく、それらの建物が住民の生活とどう結び付いていくかを考え、資源として「活用」していくという積極的姿勢がとられるようになったのである。

また自治体主導の景観づくりにおいても、住民の生活に目指した取り組みを行おうという姿勢が見られる。積極的に住民の交流を過程として取り込んでいったり、景観を地域の結びつきの「手段」として位置づけたりするタイプの取り組みが登場したのである。

まちづくりにおける「市民参加」「市民主体」の傾向の強まり　これは、公共空間のあり方について市民たちが自ら考え、積極的に意見を発信していく時代に生まれつつあったことの表れだと言えるかもしれない。

例えば当時の新聞記事には、景観のあり方について市民が意見交換をするホームページのことが取り上げられている。

動物や果物をかたどった駅舎、あるいは欧風に統一された公共施設などといった奇抜なデザインの建築は、それまでは「ユニーク」などとされて好意的に捉えられることが多かった。ところがこのホームページでは、そうした奇妙な建築に対し、疑問が提示される。

一例として、「ギリシア神殿風のビル」や、「巨大なイチゴ形の店舗」など、周囲の景観から浮き上がった建築が取り上げられている。意見の交換は、あくまでも専門家的な目線ではなく、一般市民の目線からなされる。このホームページを開設したのは、公共施設のあり方に興味を持つ一般の会社員であった。この開設者は、「これまでは専門家の評価を無理やり押しつけられてきたが、これからは各自が建築の良しあしを判断すべきだ」⁽⁷⁰⁾と語っている。専門家や行政の一方的な景観デザインの押し付けに対し、市民の批判の眼が向けられるようになったということが言えるだろう。

また、時を同じくして、都市の美化を目指してそれまで盛んに行われてきた野外彫刻の設置が転換期に差し掛かっていた。住民の意識とかけ離れた彫刻が一方的に設置されたり、メンテナンスの不備が問題化したりする例が生じ、「アート公害」という言葉すら言われるようになったのである。愛知県碧南市では、1983年から続けてきた野外彫刻設置事業を1996年に中止した。中止の理由として、財政事情のほかに、作品の移転や計画の中止を求める声が市民から出たことがあったという。⁽⁷¹⁾

それまでのまちづくりは行政主導であり、形成される「美しい」景観に、市民の意見は

あまり反映されてこなかった。「ボン・デ・ザール」問題では京都市の計画の不透明さが批判されたが、このように、この時代に「美しさの押し付け」の問題性が徐々に明らかとなって、住民の意見を反映した景観づくりをすべきだという考えが広がってきたのである。

また、市民参加・市民主体のまちづくりが進んだこと理由としては、ほかに、個々の建築の緑化や広告物の統一などきめ細やかな計画が求められるようになったことで、地域の特性や合意形成が必要となったということもあるだろう。

さらには、災害などを通して地域コミュニティの重要性が認識されたことから、市民の積極的な景観づくりの活動を促すことを通して地域の結びつきを強めようという自治体側の意図もあったと思われる。

5 2000年代

5.1 「景観利益」と「私権の制限」の問題

80年代前半に都内各地で起こったワンルームマンション反対運動や、バブル期のリゾートマンション反対運動など、マンション建設に伴う反対運動は全国各地で数多く行われてきたが、2000年代に入ってもマンション関連の景観紛争は絶えない。有名な事例に、国立市の大学通りのマンション問題がある。東京海上跡地に18階建てのマンションの建設計画が持ち上がったことから始まったこの問題は、景観に関する住民の権利が裁判で初めて認められた例としても知られている。

イチヨウ並木が連なる国立市の大学通りは、住民の自主規制により建物が低く抑えられており、並木の高さを超えるような建築物はあまり建てられてこなかった。しかし、1994年頃から、高層建築物の計画が相次ぐようになっていた。

そして1999年、通りに面した東京海上跡地のマンション計画が明らかになる。市民たちはすぐさま団体を組織し、署名運動を行った。同年、市長から、建物の高さを景観に配慮するよう業者への指導もなされ、業者は建物の規模を18階から14階にまで縮小したが、市民らは、景観との調和が達成されないとして反発した。

マンションの建設によって「景観利益」が侵害されたという住民の主張は、2002年、東京地裁の判決で認められた。ある特定の地域の景観が、地権者たちの相互の理解と協力によって土地に付加価値を生み出したことが広く認められている場合、地権者が一人でもルールを破れば地域全体の価値が損なわれる。そのため、地権者たちは互いに基準を守ることを求める権利があるのだという判断が下されたのである。

「景観が住民に利益をもたらす」とする考え方は、良好な景観を「国民共有の財産」として位置づけた景観法にも通じている。2004年の景観法により、地域独自のルールが強制力を持つようになった。その土地に建設される建物が建築基準法を満たしていても、住民がつくった基準に合わない場合、建築の許可が下りないようにすることができるようになったのである。

景観への取り組みに強力な後ろ盾ができたことで、自治体の景観への関心も高まる傾向にある。景観法制定にあわせて条例を改正したり新たに制定したりする動きも見られた。例えば真鶴町では、2006年に、建物の素材や色彩について細かく定めた「景観計画」を施行した。同町まちづくり課の主事は、「景観法施行で条例に法的な裏付けができただけでなく、業者など関係者への理解も得やすくなった」⁽⁷²⁾と語っている。

しかし、一方で、美しさという基準によってどこまで個人の権利を制限していいのかという問題も生じてきている。2004年の景観法制定以前は、景観の美しさは個人の好みによって分かれるものであり、その曖昧な「美しさ」のために建物の高さを制限することは権利の侵害であるという議論もあり、景観への取り組みは難航した。ところが景観法は、景観のために高さやデザインの規制をすることを可能にした。そこで起こってくるのが私権の制限の問題だったのである。

私権を制限するにあたっては、これまで以上に住民同士の意見や利害関係の調整が必要となるだろう。

京都市では2007年9月から、高さやデザインの基準を厳しくした「新景観政策」を始めた。中心市街地の高さの上限は45mから31mに引き下げられ、屋上の広告物や点滅式の看板も禁止された。また、清水寺から見下ろした町並みなどといった、38の眺望を指定し、その眺望に関わる建物の高さやデザインも規制された。

高さ制限が引き下げられたことで「既存不適格」となる建物は約1800棟あり、マンションに住む市民らで構成する団体からは、この新政策に対する反対の声も上がった。「将来建て替えようと思っても同じ大きさの建物は造れなくなる。今の場所に住み続けたいなら、建物の寿命ギリギリまでマンションを残しておかなければならない。資産価値も下がるだろう。」⁽⁷³⁾

国立マンション訴訟の関係者を中心とする「景観市民運動全国ネット」の代表は、「国立でも景観規制が地価を下げるという意見があった。だが、今では文京都市として評価されている。京都が目先の利益ではなく長い目でやっていくことに期待している」⁽⁷⁴⁾という。

景観規制の厳格化に賛成する市民の多くが、こうした「長い目」の大切さを強調している。まちづくりには100年先、200年先を考える視点が必要だという意見もある。しかし、「長い目」で見たときに、市民がいったいどんな利益を得るのか、あるいは受益者の範囲はいかなるものかといった問題は、曖昧なままで残されている。

景観法では、「良好な景観は国民共通の資産」という考えが示されている。「個人の財産は公共の福祉に制約されるのが世界の常識。ある程度の痛みは我慢してもらいたい」という意見もあるが、そもそも景観が「共有の財産」として明確に位置づけられたのは景観法が始めてであり、その意識も完全には定着していない。今まで、「公共の財産」とは考えら

れてこなかったものために私権の制限を打ち出すには、その守られるべき「財産」にどのような価値があるのか、どこまで個人の権利の制限するかについて、地域の住民同士が話し合って共通理解を得ることが必要となるだろう。

4.2 取り組みの多様化

景観法が施行されて以来、独自の景観計画を実行できる「景観行政団体」となる地方自治体は確実に増えている。歴史が浅い一般の住宅地についても、町並みの維持のために独自のルールを定める自治体が出てきた。

岐阜県各務原市の住宅地「グリーンランド柄山」もそうした住宅地の一つである。3年前から業者が分譲を始めたが、その際独自のルールを設けたことによって、「どの建物も道路との境界に塀がなく、1軒以上の奥行きがあり、樹木などが植えられ（中略）電線もないため、解放的な雰囲気」⁽⁷⁵⁾であると評価されるような景観を作り出した。市は、こうした景観を将来にわたって維持していきたいという住民が多かったこともあり、建て替えなどによる景観のトラブルを防ぐためにも、この地区を「景観地区」に指定したという。

ほかに住宅地が「景観地区」になった例としては、東京都江戸川区の「一之江境川親水公園」付近の住宅地がある。

このように、一般の住宅地においても景観づくりが重視されるようになったのは、それまでに起こってきたマンション建設などの様々な景観問題をとおして、生活空間における景観の重要性が広く認識されるようになったことも関係しているだろう。

景観重視の気運の高まりは、景観問題の多様化をもたらしている。2001年、京都市が一部のバスに車体広告を導入したところ、「京都らしくない」という苦情が相次いだという。それを受けて市は翌年、「利益」よりも「景観」を優先して、車体広告を規制する方針を打ち出した。⁽⁷⁶⁾

バスの車体広告の先行事例である東京都の「ラッピングバス」は2000年の規制緩和によって登場した。効果的な宣伝の手段として人気があり、競争率も高いが、市民の中にはこれを「騒色」であるとする意見もあった。都が行ったモニター調査によれば、「ラッピングバスは7割が支持するものの、4割は車体広告の範囲拡大が『景観の悪化につながる』』としていたという。⁽⁷⁷⁾

また、近年は景観のためにコンビニの深夜営業を規制するという動きもある。その代表的なものが京都市の方針である。市はコンビニの深夜営業規制の方針を打ち出した。「深夜のエネルギー消費が減れば温暖化ガスの削減にもつながり、明かりが消えて景観もよくなる。『夜型ライフスタイルを昼型に』との主張にも合うし、青少年健全育成にもつながる。」⁽⁷⁸⁾と京都市側は主張したが、業界側からは猛反発があった。

コンビニの深夜営業規制は、環境や地元経済に及ぼす影響なども考慮されての方針であり、「景観問題」と言い切ってしまうことは相応しくない。しかし、今までよりも多くの人々が「景観」のあり方を考えるようになるきっかけとなったことは間違いないだろう。実際、規制の方針が示されて以来、コンビニ側は店舗の看板をLEDに変えたり、看板の大きさを小さめにするなどさまざまな対策を行っている。さらに、店舗の外観を切り妻屋根にし、緑地帯を設けるなど、環境や景観に配慮する姿勢を示すことで規制に対抗している。

5.3 「財産」としての景観

2007年、東京都武蔵野市で漫画家が赤と白のストライプ模様の住宅を建てようとしたところ、周辺住民二人が反対し、建築差し止めを求めた。住民側は、「計画中の住居は景観を破壊し、住民の景観利益を侵害する」と主張しているが、それに対し漫画家側は「建物の色彩やデザインは近隣住民のいかなる権利も侵害しない」と反論した。⁽⁷⁹⁾

この景観紛争からは、人々の認識の変化が読み取れる。景観が「利益」と結びつくものとして考えられるようになったのである。こうした変化の背景には、国立のマンション裁判で「景観利益」が認められたことなどがあったと思われる。

「景観は地域の共有の財産である」といったことは早くから言われてきた。しかしかつて言われていた「財産」は、精神的・文化的な「財産」としての意味合いが強かった。「景観」はむしろ、「経済」とは対立することのほうが多く、歴史的景観は、「ある程度の負担を覚悟してでも守らねばならないもの」だと見なされていた。また一般住宅地の景観に求められた「うるおい」や「やすらぎ」といった感覚的・質的な価値は、経済的価値と切り離して考えられることが多かった。

それが近年になり、良好な景観が生み出す質的価値は、経済的価値も生み出すのだという考えが広がってきたのである。

実際、近年の調査では、景観の良さが地価に大きく関わっていることも明らかになっている。国交省が発表した「景観形成の経済的価値分析に関する検討報告書」によれば、「首都圏のある良好な環境の住宅地では、地価の1~2割を景観が形成している」という。⁽⁸⁰⁾ 景観法の制定以来、独自の規制ができる「景観行政団体」の数は確実に増えており一般の住宅地が「景観地区」になる例も出ているが、これも景観がもたらす経済的価値が認められるようになったことのあらわれであろう。

前述の「グリーンランド柄山」は、住宅一棟あたりの平均価格が周辺相場の1.5~2倍だが、好調な売れ行きであるという。同じことは、福岡県西部にある埋立地「シーサイドもち」についても言える。この住宅地は、景観に配慮して設計されており、通りに面した建物の高さは低く抑えられ、御影石の石積みや生垣が設置されている。さらに景観の維持のための協定も設けられているが、そうした取り組みもあって、完成から10年ほど経った現在でも地価が下落していないという。⁽⁸¹⁾

国立マンション問題の2002年の判決でも示されたことだが、土地に生じた付加価値というものは、その土地に関わる主体がこぞって基準を守ることによってはじめて維持されるものである。一人でも基準を破れば、地域全体の価値が損なわれる。そうした考え方が定着したことで、開発業者の姿勢も変化してきている。

真鶴や国立などのマンション建設問題では、開発業者側の矛盾した姿勢が批判されていた。業者はその土地の景観の魅力を売り物にしていたにもかかわらず、建設されるマンションが当の景観の魅力を損なっているということが指摘されていたのである。ところが近年、開発業者も土地の価値の維持に積極的な理解を示すようになってきたのである。

神奈川県大磯町では、開発業者が別荘の跡地を宅地にして分譲する際、行政と協力して

景観形成に取り組んだ。「付加価値を付けて販売したい業者側と、乱開発を避けたい町側の思惑が一致し、景観保全の地区計画や緑地協定などを結んだ」という。⁽⁸²⁾

5.4 「美しい景観」の課題

その土地独自のよさを活かしたまちづくりがますます盛んになっているが、様々な課題も残されている。

1970年代に起こった小樽運河保存運動は、運河を半分だけ残す形で決着したが、20人足らずの市民が起こした運動が実を結んだことは、「住民の勝利」として全国に知れ渡った。その決着から20年以上が経過し、保存運動のときの市民の熱意は過去のものになりつつあることが2003年の新聞記事に取り上げられている。

保存運動が風化し始めているとしたら、時間のせいだけではない。この間に小樽は港湾物流都市から観光都市へと別のまちに生まれ変わった。問題は激しい環境変化を埋め立て推進派も反対派も一般市民も誰も予想しなかったことだ。〔中略〕

市長は港湾都市の未来像を市民に真剣に訴えることもなく、埋め立て反対派の言い分を無視して事業を推進した。〔中略〕

一方、「運河は文化財」と主張した反対派も「街づくり」や「地域活性化」を目標に掲げてはいたが、必ずしも港湾都市に代わる街の未来像を明確に描いていたわけではなかった。(中略)

その結果、予想される観光地化の問題点、文化的運動と観光振興との矛盾などは十分議論されず、環境対策や都市計画上の対応には手が及ばなかった。

運動開始後、本物の運河が失われたことを反対派が嘆いている間に、何の備えもない街に、市外から雪崩を打って業者が進出した。けばけばしい幟(のぼり)を立て、カニやメロンなど小樽とは何の関係もない土産物売る店。〔中略〕“活性化”は実現したものの、運河の街の情緒は薄れていった。

文化財や歴史遺産の保護、古い街並みの保全、景観保護などの住民運動は近年、全国に広がっている。その一方で、地域の状況はますます深刻になる。

疲弊した産業、破たん寸前の自治体財政。公共事業の先細り。かつて小樽が直面した経済と文化の矛盾は今、全国の自治体が抱える問題だ。それを解決する道はおそらく観光しかない。〔以下略〕⁽⁸³⁾

たとえ地域の独特な景観が保存されたとしても、その景観を町の将来のためにどのように生かしていくかといった明確なビジョンがないまま観光化の波に飲まれているようでは、はたしてその景観は本当に守られたといえるのだろうか。そうした疑問が、ここでは提示されている。

「景観の良さ・美しさ」を問うこととは、保存されたり作られたりする「モノ」それ自体のあり方だけを問うことではない。その土地のあるべき「景観」の姿は、つねに、それらの「モノ」と住民の生活や意識、町の将来などのかかわりの中で求められなければならないのである。

また、景観づくりには、町の過去をどのように景観に取り入れていくかという問題もある。

近年、日本橋上空の高速道路の移設が計画されている。東京のシンボルの一つである日本橋が高速道路に覆われているのは見苦しいとして持ち上がった計画であり、橋の周辺に親水公園を設けたり、江戸時代の建築物を再現したものを設置する案も出ているという。建築史家の鈴木博之は、こうした一連の景観計画には、現代における「美しい景観」という価値観が孕む問題点が垣間見えると指摘している。

「お掃除」ならばよいが、「整備」という名のフェイク（にせもの）には警戒しなくてはならない。お江戸日本橋の風情を演出し、まがい物を作るのでは人工的で、書き割りの街にしかない。

景観法施行後、建物の高さや色などを条例で規制する自治体が増えている。が、「美しい景観」の言葉の裏にある考えには違和感も感じる。

日本人は水平の線をそろえることが好きで、銀座の通りのように高さがそろった町並みをよしとする傾向がある。

では、既存の建物を取り払い、高さのそろった建物をバーツと建てれば「よい景観」かと言えばそうではない。超高層ビルの谷間に古い教会が残っている米マンハッタンのような町のあり方もある。〔以下略〕⁽⁸⁴⁾

景観を一律に規制してしまえば、簡単に、調和した景観が達成できる。町の個性を単純な記号と化してそれをすべての建物に付け加えれば、簡単に「その町らしさ」も表現できるだろう。

しかし、新しく開発された町を除き、町には蓄積されてきた歴史というものがある。そうした歴史や街の個性を物語る場所・建物が数多く存在しており、また、そこに暮らす人々の意識の中にはそうした場所・建物に関するさまざまな記憶が息づいている。それを一律の基準でもって均してしまうのではなく、個別に、かつ丁寧に掘り起こして生かしていくことが今日の景観作りには求められているといえるだろう。

4.4 2000年代の「美しい景観」の意味合いとその背景

「景観の美しさ」の意味合いは、近年ますます多様化の傾向にある。それは、「景観の美しさ」が、それぞれの地域の住民の相互理解や協働によって導き出されるものになってきたからだろう。

景観づくりにおいて、住民たち自らが地域の過去・現在・未来のあり方について明確な像を描き、それとの関連の中で景観を考えていくことが求められるようになった。それは、景観法によって地域独自の景観計画に強制力を与えられたことにも表れている。小樽運河や日本橋の問題で指摘されていたことにも通じることだろう。

また、「景観のための私権の制限」や「景観利益」という問題が生じてきたということを通して、景観を守ることの意義や目指す景観像について地域住民が共通の認識を持つこ

とがこれからますます重要になってくるということが言えるだろう。

しかし、景観の保護のための協働ではなく、むしろ協働自体が重要になってきたということも指摘できる。例えば、2008年の新聞記事で取り上げられている千里ニュータウンの取り組みは、景観を整える作業ではあるが、その作業を通して生まれる地域の結びつきこそが主要な目的となっているように思われる。

千里ニュータウンは竹林や里山を切り開いてつくられた街だけに、今も竹が多く残る。公園などでは、竹林が独特の景観をつくる。だが、放置するとたちまち荒れて竹やぶになってしまう。「何とかできないか」。そんな声から2003年秋、千里竹の会が産声を上げた。〔中略〕ニュータウン内では、竹林を整備する市民グループやボランティア団体がいくつかあり、市と自主管理協定などを結んだ上で、公園や緑地を持ち場にして活動している。地域の結びつきが希薄とされがちなニュータウンで、こうした活動がコミュニティーの役割を補完する。⁽⁸⁵⁾

自分の住む地域の共有空間に協働して手を入れることによって、住民同士のつながりが生まれ、地域に対する愛着もわく。景観づくりは、地域の共同性を取戻す手段となるのである。

西村幸夫は、今日の地域づくりのあり方について、このように述べている。「現在の地域づくり運動の目標は、具体的な地域像の実現であるよりも、むしろその地域で生活することにいかに満足できるかという点に移行しつつある。〔中略〕モノよりもヒトやコトに関心があるといってもいいかもしれない。」(西村, 2008, p267)

この考え方に従うなら、今日の「景観の美しさ」には、背後にある「ヒト」や「コト」との関わりから生じる「地域の居心地の良さ」が大きく関わっているということが言えるかもしれない。

註

- (1) 「街の美化運動二題」, 1952年11月16日, 朝日新聞朝刊(東京版), 12版, 8頁.
- (2) 「神奈川・県ぐるみ美化運動」, 1961年8月16日, 朝日新聞朝刊, 12版, 16頁.
- (3) 「ボクらの手で“町内美化”」, 1961年6月7日, 朝日新聞朝刊(東京版), 12版, 12頁.
- (4) 「今年は300万円で“花咲く道路”で初会合」, 1962年10月11日, 朝日新聞, 14頁.
- (5) 「二百万人が清掃運動 寒風の中、自発的に」, 1964年1月10日, 朝日新聞夕刊, 3版, 6頁.
- (6) 「草花踏まれ、荒れ放題」, 1968年11月30日, 朝日新聞朝刊, 10頁.
- (7) 「ガードレール復権 環境美化よりまず安全」, 1974年11月27日, 朝日新聞朝刊東京版, 20頁.
- (8) 「鎌倉にお城のホテル」, 1965年10月26日, 朝日新聞朝刊, 15頁.
- (9) 「風致と文化財守ろう 宅地化で“破壊”進む」, 1965年3月5日, 朝日新聞朝刊, 11版, 5頁.
- (10) 同上
- (11) 「破壊される自然」, 大佛次郎, 1965年2月8日, 朝日新聞夕刊, 5頁

- (12) 「愚かな風致自殺(社説)」, 1964年8月4日, 朝日新聞朝刊, 12版, 2頁.
- (13) 「論争 都市美をどう守る?」, 1967年6月22日, 朝日新聞朝刊, 19頁.
- (14) 「ノッポ・ビル 是か非か “皇居前の美観”論争」, 1966年11月12日, 朝日新聞朝刊, 12版, 15頁.
- (15) 「論争 都市美をどう守る?」, 1967年6月22日, 朝日新聞朝刊, 19頁.
- (16) 「美化運動 ドまん中に盲点あり」, 原田義和, 1962年4月21日, 朝日新聞朝刊, 12版, 9頁.
- (17) 「建設という名の破壊」, 大佛次郎, 1964年7月26日, 朝日新聞朝刊, 11頁.
- (18) 「歴史的風土 保存へ新しい動き」, 朝日新聞夕刊, 1971年7月12日, 5頁.
- (19), (20) 同上
- (21) 「市街地景観条例案まとめた 京都市都市開発局長 森田長雄さん」, 1972年3月20日, 朝日新聞朝刊, 4頁.
- (22) 「『地方の時代』問う小樽運河論争」, 1979年11月22日, 朝日新聞夕刊, 3版, 3頁.
- (23) 「町並み保存と都市再開発」, 1972年8月16日, 朝日新聞夕刊, 5頁.
- (24) 同上
- (25) 「緑化作戦に3億円 新宿区」, 1971年4月15日, 朝日新聞朝刊, 24頁.
- (26) 「『緑化条例』を制定した 東海市長 岡島錦也さん」, 1972年1月17日, 朝日新聞朝刊, 4頁.
- (27) 「緑化ブームというけれど」, 1973年4月9日, 朝日新聞夕刊,
- (28) 「多摩ニュータウン模索中 3 ふるさと創造 学校こそその拠点」, 1972年2月17日, 朝日新聞朝刊(東京版), 24頁.
- (29) 同上
- (30) 「連休 それ!東京脱出だ」, 1970年10月10日, 朝日新聞朝刊, 3版, 10頁.
- (31) 「歴史的町並みの保存と都市開発(社説)」, 1972年3月14日, 朝日新聞朝刊, 11版, 5頁.
- (32) 「木曽路に『妻籠宿』の保存条例つくる 片山亮喜」, 1973年7月1日, 朝日新聞朝刊, 5頁.
- (33) 「守ろう 歴史的町並み」, 1972年2月24日, 朝日新聞朝刊, 11版, 4頁.
- (34) 「“こんぴらさん”にも開発の波 ホテル増築が口火」, 1981年10月28日, 日本経済新聞夕刊, 2頁.
- (35) 同上
- (36) 「官民で緑の町づくり」, 1982年8月25日, 日本経済新聞朝刊, 22頁.
- (37) 「国土庁の花と緑のモデル地区事業に23都市が名乗り」, 1983年9月8日, 日本経済新聞朝刊, 26頁.
- (38) 「町ぐるみ清掃・生物保護などで波に乗る水辺復権」, 1982年8月25日, 日本経済新聞朝刊, 22頁.
- (39) 「都市緑化の意義と課題(社説)」, 1986年5月14日, 日本経済新聞朝刊, 2頁.
- (40) 「自治体向けに建設省、景観の整備をマニュアル化」, 1985年9月3日, 日本経済新聞朝刊, 30頁.
- (41) 「10周年迎えたHOPE計画」, 1993年8月30日, 日本経済新聞朝刊, 25頁.
- (42) 「美しい街並みや自然を台無しにしている企業の広告があるが(春秋)」, 1986年12月4日, 日本経済新聞朝刊, 1頁.
- (43) 「カメラ店に高崎市、色彩公害、初の改善勧告」, 1986年10月25日, 日本経済新聞朝刊, 30頁.
- (44) 「町の色 景観との調和で統一」, 1988年8月30日, 日本経済新聞夕刊, 8頁.
- (45) 「琵琶湖風景条例の意義(社説)」, 1984年7月17日, 日本経済新聞朝刊, 2頁.
- (46) 「商店街“街づくり協定”盛ん、地域あげ景観統一」, 1985年4月13日, 日本経済新聞朝刊, 12頁.
- (47) 「東京都、愛される道路へ化粧直し」, 1983年8月29日, 日本経済新聞朝刊, 31頁.
- (48) 「野外彫刻に新しい流れ」, 1989年8月7日, 朝日新聞夕刊, 5頁.
- (49) 「彫刻で町づくりブーム、景観にピッタリ調和」, 1989年10月19日, 日本経済新聞夕刊, 18頁.
- (50) 「彫刻による街づくり 倉敷市立美術館長 片岡雅志氏」, 1991年4月21日, 日本経済新聞朝刊, 26頁.

- (51) 「都が“文化アセスメント” 橋作るにも文化の尺度」, 1983年1月8日, 日本経済新聞夕刊, 7頁.
- (52) 「広がるCI熱 イメージ重視の時代 編集委員・名和太郎」, 1984年9月2日, 朝日新聞朝刊, 1頁.
- (53) 「招かれざるマンション、湯の街熱海『もう結構』」, 1990年2月19日, 日本経済新聞朝刊, 26頁.
- (54) 「京都に摩天楼、高層ビル計画に住民が反対運動」, 1991年4月21日, 日本経済新聞朝刊, 11頁.
- (55),(56),(57),(58) 同上
- (59) 「伝統が重荷? 古都開発」, 1991年5月23日, 日本経済新聞夕刊, 2頁.
- (60) 「京都、古都の駅舎に新風」, 1997年3月1日, 日本経済新聞朝刊, 34頁.
- (61), (62) 同上
- (63) 「京都にフランス橋建設へ 京都市都市建設局長 山口巖氏」, 1998年4月5日, 日本経済新聞朝刊, 29頁.
- (64) 「住民向け街づくり講座続々 景観との調和など伝授」, 1993年12月28日, 日本経済新聞夕刊, 14頁.
- (65) 同上
- (66) 「元旦第2部特集 都市デザイン最前線、主役は住民、五感を大切に、色から勤める」, 1992年1月1日, 日本経済新聞朝刊第2部, 15頁.
- (67) 「歴史的建築は心の財産 制度整え、保存・再利用」, 1999年2月26日, 日本経済新聞夕刊, 3頁.
- (68) 「丸ビル74歳、市民グループが保存求め要望書」, 1997年2月20日, 日本経済新聞夕刊, 19頁.
- (69) 「三菱地所が丸ビル建て替え、東京の表玄関、景観が変質?」, 1996年3月4日, 日本経済新聞朝刊, 7頁.
- (70) 「公共施設や商業ビル、奇抜建築に『意義あり』」, 1997年10月25日, 日本経済新聞朝刊, 34頁.
- (71) 「パブリックアート変革期」, 1996年11月16日, 日本経済新聞朝刊, 40頁.
- (72) 「景観法、施行1年、自治体、独自規制に弾み、条例に法的拘束力 神奈川県真鶴町」, 2006年6月19日, 日本経済新聞朝刊, 29頁.
- (73) 「京都市の景観政策を考える」, 2007年5月21日, 読売新聞朝刊, 12版, 21頁.
- (74) 「『国立訴訟』が契機、他の自治体も注目」, 2007年11月1日, 朝日新聞朝刊, 3頁.
- (75) 「景観、住宅地も守るべき 自治体が法的『地区』指定」, 2008年6月4日, 読売新聞朝刊
- (76) 「バス車体の広告、京都市が規制の方針、『古都景観にそぐわぬ』」, 2002年3月27日, 日本経済新聞夕刊, 18頁.
- (77) 「車体広告ビジネス快走 都営バス広告人気衰えず、景観との調和望む声も」, 2002年1月5日, 日本経済新聞夕刊, 3頁.
- (78) 「自治体とコンビニ『深夜』の陣、エコやライフスタイルで対立」, 2008年10月27日, 日本経済新聞朝刊, 33頁.
- (79) 「漫画家・楳図さん『ストライプ住宅』、建築差し止め認めず、東京地裁」, 2007年10月12日, 日本経済新聞夕刊, 17頁.
- (80) 「民主導の街再生(3)地価の1割は景観 保護と実利、知恵で両立」, 2008年5月11日, 日本経済新聞朝刊, 1頁.
- (81) 同上
- (82) 「景観保全のまちづくり、“脱マンション”へ協定 住民や企業『別荘地』守る」, 2003年3月24日, 日本経済新聞朝刊, 23頁.
- (83) 「運河は小樽を守ったのか 課題は文化と経済の両立」, 2003年5月4日, 日本経済新聞朝刊, 16頁.
- (84) 「都市整備が生む『にせもの』を警戒 建築史家・東大教授鈴木博之氏」, 2006年10月18日, 日本経済新聞夕刊, 24頁.
- (85) 「ニュータウンの肖像(3) 『竹林』でつながる地域活動」, 2008年4月28日, 日本経済新聞夕刊, 20頁.

参考文献

井上繁，1996，『市民主導の都市創造 パートナーシップ型の住民参加を考える』，同友館．

大西國太郎，1992，『都市美の京都 保存・再生の論理』，鹿島出版会．

小浦久子，2008，『まとまりの景観デザイン 形の規制誘導から関係性の作法へ』，学芸出版社．

進士五十八・森清和・原昭夫・浦口醇二，1999，『風景デザイン 感性とボランティアのまちづくり』，学芸出版社．

田村明，2006，『都市プランナー 田村明の闘い』，学芸出版社．

西村幸夫，2008，『西村幸夫 風景論ノート』，鹿島出版．

西村幸夫＋町並み研究会，2003，『日本の風景計画』，学芸出版社．

堀川三郎，2005，『都市生活と生活環境変動』，藤田弘夫・浦野正樹編，『都市社会とリスク：豊かな生活をもとめて』，東信堂．

	景観問題・市民運動	条例&国の事業・制度	新聞記事の記述
1952	千代田区主導の美化運動		
1961	神奈川県、美化運動を計画		
1962	建設省「花の咲く道路」のための初会合開く		
	「第一回首都美化デー」		
1963	鎌倉風致保存会	建設省、ゴミ箱追放のための「モデル地区」指定	
1964	多摩川の団地建設に反対の声		歴史的風土の保全意識高まる
	鶴岡八幡宮裏山の開発問題		
	京都タワー建設問題		
1966	京都・双ヶ岡の開発反対運動	「古都における歴史的風土の保存に関する特別措置法(古都保存法)」	
1967	丸の内美観論争		
1968		「金沢市伝統景観保存条例」	
		「倉敷市伝統美観保存条例」	
1970	全国歴史的風土保存連盟		
1971	「妻籠宿を守る住民憲章」	「緑化条例」(愛知県東海市)	
1972	旭川・買い物通り商店街の整備	「京都市市街地景観条例」	

		文化庁「歴史的町並みの全国調査」	
1973	小樽運河保存運動		緑化ブーム
1975	全国町並み保存連盟	伝統的建造物群保存地区制度	
1976	横浜・馬車道通り商店街の整備		
1978	横浜・イセザキモールの整備	「神戸市都市景観条例」	
1980		国土庁「水緑都市モデル地区整備事業(～83)」	
1981	「こんぴらさん」の開発問題		
1982	「東京を美しくする会」	建設省「都市景観形成モデル事業」	
1983	「川越蔵の会」	HOPE 計画	地方都市で「魅力あるまちづくり」に関心が高まる
	世田谷区「身近なまちづくり推進員制度」		
1984	奈良まちづくりセンター	「ふるさと滋賀の風景を守り育てる条例」	アメニティ意識が高まる
		国土庁「花と緑の都市モデル地区整備事業」	
1985	有田 HOPE 研究会	建設省、電線の地中化めざし 15 都市をモデル指定	各地の商店街で「まちづくり協定」が盛んに
1986	グリーンフォーラム開催		
	高崎市・カメラ店の「色彩公害」		
1987	東京駅保存運動		リゾート開発活発化
			「地方都市の魅力再発見」の流行
1988	「川越町づくり規範」	建設省「街並み環境整備事業」	「景観重視機運広がる」
	京都市中心部各地区でまちづくり憲章・宣言		まちの色彩統一の動き
1989	真鶴町議会、リゾートマンション凍結宣言	金沢市「伝統景観保存・美しい景観形成条例」	「彫刻でまちづくり」ブーム
	株式会社「黒壁」	「藤沢市都市景観条例」	
1990	清水寺が隣接のマンション予定地買い取り		景観は「規制」から「誘導」へという転換点に
	京都ホテル・京都駅ビル景観論争		リゾートマンションの進出
1992	京都町家再生研究会		地上げで京都の寺がここ数年で変貌

1993			「自治体でまちづくり講座 続々」
1994	真鶴町まちづくり条例		「景観条例、市町村の制定相 次ぐ ブーム便乗の側面も」
1995	丸ビル保存運動	京都市、町家再生のための総合プ ラン	
		市民緑地制度(都市緑地保全法)	
1996		「飛騨古川ふるさと景観条例」	「アート公害」の問題
1997	ボン・デ・ザール問題		周囲の環境から遊離した建築 に対する市民の批判
1998			町家再生がブーム
1999	国会議事堂の背景の問題	世田谷区風景づくり条例	近代建築物が次々取り壊し
2000	国立市のマンション裁判		
2003	墨田区などでマンション問題		
2004		景観法	
2005	銀座で高層ビル問題		
2006	イタリア文化会館問題		高さ制限の動きが地方自治体 に広がる
2007			「景観は市民の共有財産」とい う考えが広がる