

JAPAN URBAN DESIGN
INSTITUTE

都市環境デザイン会議

東京都文京区本郷2-35-10
本郷瀬川ビル 〒113-0033
TELEPHONE 03-3812-6664
FACSIMILE 03-3812-6828

JUDI

100

20.JUNE
2009

JUDI100号記念 特集号
一都市環境デザイン活動の20年を振り返り、
そしてこれからを考える—

- JUDI 100号記念特集号
- 1. JUDI 100号記念特集号発行にあたり 1
- 2. 2009年新春懇話会 3
- 3. 都市環境デザインって、なに 18
- 4. JUDI100号の変遷 19
- 5. アンケート調査集計報告 22
- 事務局より 32

発行者:都市環境デザイン会議 広報・出版委員会

JUDI100号記念 特集号 —都市環境デザイン活動の20年を振り返り、 そしてこれからを考える—

特集 1

JUDI100号記念 特集号発行にあたり

白濱 力

SHIRAHAMA TSUTOMU

JUDI 代表幹事 広報委員長

1991年に発足した都市環境デザイン会議はまもなく20周年を迎える。日本の都市環境をより良くするのだという気概と情熱をもって発足した当時と現代とでは大きく社会環境が変わった。当時から発行してきた会員間の情報誌として、また都市環境の分野で活動される行政、大学、各景観材料メーカーなど多くの関係者らの「都市環境デザインの今日」を知る手がかりとして利用されてきたJUDIニュースは奇しくも記念すべき100号を迎える事となった。ひとえに会員の皆様の支援を受け、また有識者や都市景観デザインの専門家と関係者らの執筆をはじめとした多くの協力があってこそ長い間続けてこられたものと心より感謝している。

編集の任を授かっているJUDI広報委員会も歴代の広報委員長をはじめ委員も幾度かの世代交代を強いられながらも当初の「日本の都市を美しく」の志を忘れることなく、多くの特集号を組んで、皆様に出来うる限り魅力ある旬な情報提供を心がけてきたつもりである。全国10ブロックにまたがり日本全国隅々まで活躍される関係者らの活動を毎年取材を重ねながら様々な人々のまちづくりに対する情熱や苦労、そして多様な地方と都市の問題点も垣間見てこられたような気がする。

JUDIニュースも本来あるべきニュースとしての即時性がやや対応し切れていないことや、IT機器の普及に伴い即時性の高いNEWSがすぐさま流れる今日では、名称を「JUDI」と変えながら即時性の役割から、むしろ幅広い多様な職能集団間へ情報的提供や地方での活動を発表したり幅広い知る機会としての紙面活用、そして何より会員間の情報交流の場として時代の変化に対応してきた。

JUDIでは全国の地区ブロックでのサロンやシンポジウムなどの開催により会員同士の交流や情報交換が活発な集まりもある。しかしながら日頃参加したくても多忙なためや参加のきっかけを逃し中々活動に加われない同輩や、少人数のブロックでは活動自体の数がそれ程多くなくその機会が中々得られないなどで繋がりが薄い会員も多くいると思われる。そういう方々を結びつける唯一の手段が当誌「JUDI」であると考えている。

今日、バブル崩壊後、日本経済はデフレから新たな世界金融危機へと益々都市環境デザインの行く末が不透明となっている。しかし、市場が縮小することで我々の想い描く美しい都市デザインへの情熱の炎が途絶えていくってはならない。

首都圏や大都市では高密度化に伴う高層マンションの乱立、地区再開発など資本の投入は不動産土地活用の流れによるものであろうし、地方のシャッター商店街の出現もモータリゼーション化や大規模店舗の出店などの市場の変化によるものである。市場とは我々一人一人の意識と価値の変化がつくっていくものであるからまさしく都市の今日の様相は我々一人一人の心の現れであるとも言えるだろう。

都市を用途地域ごとに機能分化するゾーニング手法、地区開発、それに伴い区画整理事業と結びつき、幹線道路の整備での景観や色彩誘導やストリートファニチャーの整備とその造形手法などなど。もちろん私的な持論の範疇に收まりきれない要素が錯綜していることと思うが、

何か全てが我々の意識の進みぐあいとすれ違ひ、時代とそぐわなくなってきたいるような気がする。信じられてきた20世紀型の近代の計画的手法がもろくも崩壊しつつあるように思われる。人々の価値観の変化に伴い、街の価値が変わった。商業市場的、国家的威厳性、歴史保存や景観保存まで求められているベクトルに変化が生じ始めている。時代は「まちは我々ひとりひとりがつくりあげていくもの」的にまさに地域主導型や住民参加型のまちづくりが元気で旺盛である。本当の意味での目指すべき共有する価値のコンセンサスをとっていく手法の確立化などの問題を残しながらも、進むべき道のひとつであることとは確かである。

行政やデベロッパー、プランナー?に任せていてはいつまでたっても住みよい街にならない。
(自嘲も含めて)

本当に「住みよい街」、「居心地の良い街」、「誇れる街」、「愛着がわく街」そして「美しい街」が求められているのではないか。日本の活発な街、素敵な街は必ず住民の姿や心が見え、傍観者ではなく多くは主体者となって生活しているように思える。

JUDI の会員の皆さんのがこの20年を本当の意味で社会貢献ができ、元気に活躍していくためにも、今日の都市と環境・景観デザインの分野で確実に世の中の市民が求める姿を知り、それをサポートできるまちづくりの専門家としての場を構築しながら、JUDI と市民とが一体となつた活動を続けていかなければならないのではないだろうか。

JUDI は社会に対してこれまで以上にきっちりとした評価を得て、活動することの意義とその価値を高めていく必要があるだろう。今、まちづくりの専門家として我々一人一人に何が出来るのかを問われている時代にあって、JUDI は社会に対して「創るビジョン」をつくり、提案できるプロ集団として、優秀な意欲をもった人材がこれからも益々集まることができる更なる魅力を持つ事が求められているのだと思う。



(写真提供：石川県輪島市産業部観光課)

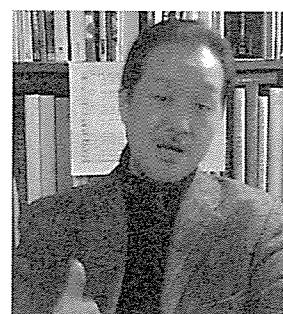
*特集2 新春懇話会で話題に出てきます

都市環境デザイン

会議 (JUDI)

2009 年

新春懇話会



白濱 力氏

懇話会テーマ
**経済構造変革の時代において、
 日本の都市環境デザインは、
 今後 20 年はどうあるべきか？**

懇話会出席者
 (歴代代表幹事並びに現代表幹事)

倉田 直道 氏

近田 玲子 氏

宮前 保子 氏

伊藤 登 氏

中井川 正道 氏

鳥越 けい子 氏

堀口 浩司 氏

作山 康 氏

坪 正浩 氏

高見 公雄 氏

コーディネーター

(代表幹事 広報委員長)

白濱 力 氏

新春懇話会の意義

白濱：明けましておめでとうございます。本年も宜しくお願いします。本日コーディネーターを務めさせていただきます広報委員長の白濱です。新春早々皆様にお集まりいただきましたのは、JUDI の 100 号記念ということで、これまでの JUDI の姿を回想しながら今後の新しい姿を皆さんで語っていたらしく新春懇話会というこのような場を設けさせていただきました。ざっくばらんに語り合いができればと思います。それでは作山さんの方からご挨拶をお願いします。

作山：皆さん、遠い所からありがとうございます。実は JUDI 広報委員会の 100 号記念ということと、一方、今日代表幹事会でも議論するのですが 20 周年記念というのも 2 年後にひかえているんですね。今回 100 号という切れ目なので、それにつながる話もあるかも知れませんが、元気のない日本の中で、我々の活動は一体どういうふうに社会的に意義があったのか、あるいは今後どうあるべきなのかということも含めて、春先から議論していただいて、20 周年記念事業につなげていっていただければと思います。よろしくお願ひいたします。

白濱：ありがとうございます。それでは乾杯のご発声を倉田さんにお願いしたいと思います。

倉田：新春ということで、皆さんあけましておめでとうございます。今日は JUDI の将来も含めて、日本の都市デザインの将来を語るということで、少し口を滑らかにしていただいて、是非皆さんから面白い、いいお話をどうかがえればと思います。皆さん今年も宜しくお願ひします。

白濱：ここで 100 号記念企画で集められたアンケートの集計結果を報告。

(詳細は特集 5 を参照)

早足になりましたけれども集計結果の報告をさせていただきました。情報化に伴い、時代の大きな変化というところなんですが、未来へ向けて当然 20 周年で反省すべき部分が多くあると思います。あまり後ろ向きになつてもいけないので、この辺を踏まえまして、今後の 20 年にどう我々が立ち向かっていくべきか、それから都市景観デザインはどうあるべきか、そこら辺を皆さんと語り合っていきたいと思います。

それでは高見さん一言ご意見をお願いします。

**全国紙に載るような
 話題性を出そう <高見>**

高見：今日に至るまで、代表幹事会のほうで議論していくとして、これまでの 20 年をどれ位議論するのかというのがあって、まあ何かそうだったよね、のように思い違いの共通の認識くらいで、過去の事例についてはいいのかなと僕は思っています。多様な勘違いができるようにしていますのは、20 周年事業は、何らかの意味で全国紙に載る、それ位の話題性を出す、という議論をしたいんです。何でもいいから全国紙に取り上げてもらえる位のことを何か言う、それは何だろうか、というのが今日のメインテーマではないかと思います。過去 20 年を振り返るとですね、最初は JUDI ってすごく意味があったんですよね、それは各分野ばらばらでお互いに分野ごとに専門家が存在していて、あつという間に広がって、いくつかのプロジェクトが完成していくってその集まりが進んで組織になった。その後ほら見たことかという感じの状況だったのですが、相互に景気の問題もあるし、いったん知り合ったらもう JUDI 要らないよという感じの人々が結構増えてきた。JUDI は便利だったけど、もう知り合いになっちゃったからいいや、っていう人が結構いて、(笑) そう思いません?

まあそんなこと言ってもしょうがないし基本的にこの業界って一緒だと思うんですけど、何やったのかということですよ。全国紙に載ることをという議論をしていきましょう。

白濱：全国紙に載るというのが一つの目的、目標、これはメジャー化というか、いわゆる社会のニーズにきちんと乗っかかるというのが前提。ということは今の都市計画とか、環境に対するベクトルが、JUDI が舵を取れるかどうかにかかる。それはキーワードとして JUDI がそれを打ち出せるかにかかっている。そこで全国リレーツアーで、シンポジウムやろうというのがひとつ立てつつある。そこら辺のところと非常に関連してくるんじゃないかなと思います。

全国ブロックの活動が重要<作山>

何LDKの発想からの脱却<白濱>

作山：まだ確定はしていないんですけど、20周年はどこか一ヵ所で大規模に行うよりも、全国各地で実施していくという議論があります。アンケート結果にあったように全国ブロックの活動が重要なわけですから、今の時点では東京とか大都市部でしかプロジェクトが盛んじやないんだけども、それでも地方では良い事例がいっぱいあります。

それから実は今チラシを渡したのは、去年の「建築等を通じた良好な景観形成・まちづくり推進協議会」の提言で、全国の建設件数の大半は住宅メーカーなどによるものですから、景観法が出来ても、未だに質の低い建築ができているのが実情です。それに比べれば JUDI が関わっているオープンスペースは、特にパブリックスペースの部分は、おそらくこの20年間で格段に良くなっているはずではないか。

そういう意味では僕ら専門家として、社会に対して何らかの発言をしたり、質の高いものをいかにお金かけないで作りどう社会システムを改善していくかが求められている。

実は昨日、大矢さんが紹介してくれた大阪の公園のリニューアルの件で、実際にいくら位かかりました？と聞いたら、関西ではたった3億でやったというのです！東京では無理です、みたいな。そのようにやりくりで立派にリニューアルしていると思うと、これからは今の厳しい社会環境の中で、かつて石油ショックの時にみんなで工夫して、省エネなどの技術が発展したように、いい方向に行くのではないかと漠然と思っています。



高蔵寺ニュータウンの航空写真

(出典：「トピカ Spring 1997」)

住宅・都市整備公団中部支社)

白濱：恐らく今のお話は、バブル以降、都市景観のあり方自体が、ひとつの市場性という部分に行かざるを得ない状況でずっと続いてきたということですね。

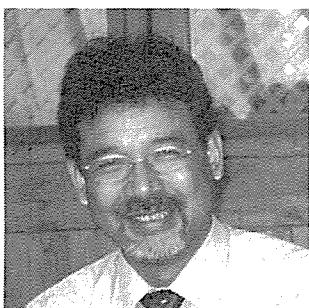
それで住宅開発、公団にしてもそうですし、一戸建てに至ってもそうですが、例えば公団がやってきた箱を並べていくという時代から、ひとつの表情性、ファサードをつけることによって差別観だと付加的価値観をつくる動きがあつて、その後は一切何 LDK の構想から脱却していない。

ということは、生活のパターンというものを箱と区割りに分けた。そこに本来ある多様なライフスタイルを詰め込んで、それが幸せ観を生んでいくみたいな、ムードに乗ったまま今に至っている。その集積が結果として都市というものなんですね。

そうすると我々の幸せ観というものが、やはり都市の住まい、建築をもし認めるとするのであれば、何 LDK でこういう生活ができますよ、という話から脱却しないといけない。ただそれが単純に売れるからという市場に乗っかっているのが問題だと思うんです。

それには建築家がよほど努力をして魅力ある住宅はこうなんだというものを生活提案の実験として打ち出してこないと。そういう部分が大きいと思うんですが。それとエクステリアの部分の商品化については、いわゆる日本的な様式にまで昇格できていないと思うんですね。

たとえばインターナショナルのスタイルであったり、モダンなデザインなものに、北アメリカ風の様式ですね、輸入住宅のデコラティブの装飾をくっつけてみると、なんか形になったみたいなところがあって、それは根本的には生活と街の空間を考えてない。



作山 康氏

結果として都市、あるいは日本の景観に対して負の遺産をいっぱいどんどん作っているという状況があると思うんです。

今までの市場性と、景観と、都市というのを、うまく考えて社会の価値を高めていく必要がそろそろあるんじゃないかなと。無駄を省いていって、本当に生活して幸せになれるような空間、そこを目指している。そこを合わせて求められる生活空間ということをキーワードで入れてみたんです。市民参加という部分と、商品として買っていく部分。多分都市部と地方の生活には違いがある。当然今までの歴史性とか文化性を踏まえての生活パターンがある訳であって、そこら辺はどういう風に突き詰めていったらいいか、含めてご意見をいただければと思います。

古い街区の良さがにじみ出る 景観づくりを＜宮前＞

景観グラデーションを どうつくるか＜白濱＞

宮前：歴史まちづくり法ができて、日本でも古いものによく着目するようになった。ところが街をよく見てみると、美観地区の中はひとつ景観なり雰囲気なり趣がありますけれども、その接合部分というのは全くひどい。今どんどん古いものがなくなっていて条例で、街の歴史的な趣を残していくという動きがある中で、接合部がひどい状況になっているところがたくさんある。

恐らく我々は、古い街区の良さがにじみ出していく景観づくりみたいなものに注意を払わなければならないのではないかと思っています。そこに市場性があるかどうかは別にして、それは役割としてやっていかなければいけないかななと思います。

作山：それはあると思います。実はさっきの推進協議会でも言っていたのは、普通の街がどうしたらしいかが問題だと。歴史的なところはとっかかりがあるので、まさにそこをやっていければいいんだけど、普通の街に新しいのをポンとつくるやり方では「本当に街並みとしてどうなんだろう？」と。まさに標準的なものしかやれてこなかったこの部分について、みんなで知恵を出さなければならぬという雰囲気はある。

宮前：歴史的なまちでも例えば舗装はアスカラーが標準にはりつつあるものの、ひ

どいところになると、例えば街灯はガス灯風で、舗装は御影石の質の低いものを使用して意匠はバラバラ。全国の歴史的な街並みの整備ではそういうことも含めて提案し、メーカーの方とも研究する必要があるのではないかと思っています。

白濱：今のその接合部分ということですけれど、いわゆる伝建部分と普通に生活する部分が、さっと切り替わって、景観がいきなりチェンジしてしまう。そういうことが問題だろう。もしも景観グラデーションみたいに徐々に変わっていく馴染んでいくみたいなバッファーがあるとすれば、そのグラデーションをどう作っていくかということになると思うんですよね。それと当然普通の街区も住みよさを見直さないといけない。そこら辺の市場性があるかどうかを議論すべきだと思います。中井川さんはどうですか。

ビジュアル的な認識力を 獲得することが重要＜中井川＞

中井川：少し話がズレますが、私は25年前に大学を出て、土木系の景観デザインをしてきました。仕事を始めたころ、一般の人に環境や景観が大事だと言っても、すぐには理解してもらえず、言葉の概念から説明しなければならない状況でした。今では、ほとんどの人が理解するようになった。しかし、自分の家や周りの街の風景が良いのか悪いのか、はっきりと認識できていないように思います。景観行政に携わっている人でも、街並みや都市景観の良し悪しを頭の中に思い起こせる人は少なく、ビジュアル的に認識する力は、まだ、乏しいと感じています。

これから約20年何かを求めるとして、一人でも多くの人が、ビジュアル的な認識力を獲得することが重要だと思います。隣家と比べて、うちはやっぱりこうじやまざいなー、というようなことが分かるような人たちを増やす。そんな活動をして行く20年かな・・と考えます。

だから、高見さん！美しい都市ランキングは、重要かつJUDI最大のプロジェクトだと思うんですね、もうちょっとじゃないですか(笑)。美しい都市ランキングは自分のまちが美しいのか、美しくないのか、ということを気付かせてくれる良いきっかけを、社会に提供することになると期待しています。

高見：ちょっと先を急ぎ過ぎかも知れないんだけど、今中井川さんが言ったのはその通りで、僕の気持ちとしては引き続きメインテーマはビ



古い街並み整備の例
大分県日田市
1993年



宮前 保子氏



都市環境デザイン会議版
美しい都市ランキング・プレ発表
美しい都市ランキング評議会員会
都市環境デザイン・プロジェクト



都市環境デザイン会議版
「美しい都市ランキング・
プレ発表」の資料



酒蔵のある街並み
岐阜県飛騨市
(旧古川町)

ビジュアルかどうか。

だけどやっぱりビジュアルじゃないんじやないのっていう気も、半分以上僕は今していて、そういう意味ではこれまでの実績を大切にして、次の目標はビジュアルじゃないかと。

白濱：ビジュアルは当たり前で、っていう感じかな？

高見：そうそう、ビジュアルで最終じゃないんじゃないとかいうことかな。

鳥越：最低限でも、ビジュアルの良さは確保したい。

中井川：さっき言ったビジュアルとは、住まい方や都市形成の結果として表れるもので、時代的な変遷がある。今、住まい方は、何 LDK という西欧的なライフスタイルを中心で、建物もそれに合わせた形になっています。そんなライフスタイルがこれからどうなっていくのか、それを包む建築や都市がどうあるべきか、が重要で、生活の中身が必ず外見に表れる。中身を見通した上でのビジュアルをどうするのかが課題だと思います。

屋敷林は自然とコラボして
つくってきた人工<鳥越>

生活の営みが風土のデザインを
維持する<坪>

鳥越：ちょっとずれちゃうかもしれません
が、お酒は2杯目飲んだので(笑)。

今までの話を私なりにつなげるとね、私のうちのそばには、すごい歴史的建造物がある訳じゃないんですけど、屋敷林があるんですよ。私がこれまでサウンドスケープをもとに環境デザインをやっているのはたぶん、屋敷林のそばに生まれ育ったからかなと思うんですよ。

それっていうのは、屋敷林はデザインされているんですね。だって防風林ですから、まさにその屋敷を風から守るためにケヤキとか土地の風土に合った色んな木を植えている。こういうことは今、求められている最先端の形だと思うんです。新しい家を造るときでも、建具だとか張り板とか、リサイクルして、新しい心材が必要な部分は全体の建材の20%くらいなのかな。ちゃんと自分の屋敷林で切って、またちゃんと植える。それが素

晴らしい。

屋敷林は、日本人が各地の自然とちゃんとコラボしながら造ってきた人工なんですね。それが都市景観デザインとどう関係するかというと、いろいろな意味で関係している。例えば今のうちのそばの屋敷林の持ち主とかが亡くなったら相続税の問題が発生して、屋敷林の存続も危うくなるわけです。

でも、東京世田谷区のけやきハウスは、そういう事態に挑戦した事例。樹齢 250 年のケヤキの大木のある環境を地域にこしたいと願う地主さんが、環境と一体となった家づくりをすすめている専門家と出会った結果、建築と都市景観デザインを一体化して、事業化している訳なんですよ。具体的に言えば、約 1000 坪の敷地 1/3 に 15 世帯のコーポラティブハウスを建設し、700 坪の緑地と古い住宅を残したんです。

昔だったら建物と都市環境と一体で文化だったのに、建造物は建築、森は環境、とか何とか分けていて、それが間違い。

だから、都市の風をどう通すのかとか、いろんな理念を JUDI の皆がそれぞれの仕事の中でつないでいって共有して、目標を明確にしてやるようなある種のグループになれたらしいのかなと思います。それはビジュアルとかだけの問題じゃなくて風とか音とか全部入っていて、気候風土と人間がいかに寄り添って都市を造っていくか、これからもっと JUDI が頑張って、そういうことをやってくぐらいの気持ちでいたいですね。

坪：今のお話の風土のデザインということで、私達の地方ブロックの仕事の中では、里山の景観みたいな議論が最近多く出ています。でもそれはなかなかビジネスにはならない。

例えば能登の海岸線の間垣（まがき）をどうやってうまく守っていくのかが大事なんだけど、ほおっておくと壊れちゃうと。また、それを維持するためには、何らかの生活の営みがちゃんとないといけない。でも高齢化で維持できなくて、結局だめになっちゃう。

それから、富山には屋敷林で囲まれた散居村があります。

アンケートを取ると、散居村は、守っていきたいと皆思っているけど、屋敷林を維持するのはものすごく重労働で、枝打ちをしなきゃいけない。

それには年間 20 万というお金がかかるので、一人暮らしのご老人にはとても維持できなくなっている。そういったことに対して、私達のコンサルタント的な仕事にはなりにくいんですけど、屋敷林を守っていく重要性について、住民

砺波・夢の平から見た

散居村

写真提供：

株式会社 チューエツ

協力：富山県観光・

地域振興局



堺 正浩氏

の皆さんにお気づきいただいて、守っていく仕掛けづくりをしていくようなことも、JUDI のひとつの生き方かなと思います。

ただ都市環境デザインというと都市にやや限定されるので、地方などの生活環境も新たな分野かなと思います。

総合計画に景観計画を
関連づけることが必要<伊藤>

連携すればいい<作山>
ビジョンの共有化が大事<堺>

伊藤：付け加えて。要するに今の意見は、景観を作り立たせていたシステムが変わってしまったのに、これを守りましょうと言ったところで、何を守れるの、っていう話がある訳ですよね。そこをやっぱりシステムごとリデザインしないとだめなんです。それは最初に白濱さんが言ったような今までの当たり前だと思っている事を変えなきやだめなんだ、ということなんで、そういうところは確かに JUDI は、色々と社会提案していく余地はあるのかなというふうに思っています。

あと都市をどうしようかという時に、普通 JUDI のメンバーはあまり市町村の総合計画なんて作らないでしようけど、あれと関連づいていない景観計画なんて意味がないんじやないかという気がするんですよ。市町村の総合計画っていうのは、まさに都市が目指すべき姿をかいていいんじゃないですか。あれをビジュアルに理解してもらえるようのが、景観計画っていう気がしていて、それをちゃんとやらないと…どうしましようと言った所で何にもならないんじゃないかなとつくづく最近思っています。

総合計画自体が我々の技術なり経験なりに裏打ちされている形になっていて、景観計画などをビジュアル的に支えることになっていけば、また少し違う世界があるのでないかなという気は最近しています。

作山：それはちょっとまた僕は違う意見があるんですよ。僕も総合計画とかやってましたけど、基本的に景観計画は法定計画ですから、変えられないことはないんです。だけどひとりの意見では簡単には変わらない、という性格があつて本当は連携すればいいんです。

しかしながら反対的な意見を言うかというと、20世紀型はひとつのイメージを出してそこに向かっていくという日本の都市計画法が変わってないんです。でもその時代は終わっているはず。描ききれないんですよ。描ききれないからビジュアル的に目に見える形にするというのは、本当はあつてます。それは分かりやすくするという意味では正しいと僕は思うんだけども、素人に分かるように描き過ぎてしまうくらいがあるので、固定的な将来像でなくそれをいかにイメージとして伝え表現するかということろが、僕ら専門家は求められているという意味だったら、そういうことだと思う。

鳥越：さっき堺さんがおっしゃった、高齢化してもう枝打できないというような人が、その土地のことを一番分かっているんですよ。ビジュアルだけじゃなくて、その土地の地下水とか風の流れとかも知っているから、どこにどういう気を植えたらいいかも分かる。でも、そういう部分は職能になっていない。

教育の世界は最近変わりつつあって、先生が必ずしも知識を持ってなくていいんです。



鳥越 けい子氏

白米千枚田
写真提供
輪島市産業部
観光課

同じく私たちの仕事も、隠れた職能を発掘してつなげて行くっていうように意識を変えしていくのもいいですね。でやっぱり食べていかないとしようがない訳だから、マーケットをどうするかについては、新たな価値観と方法を明確に打ち出す必要がありますね。

例えば能登の白米（しろよね）っていう所の千枚田は、すごく色々なデザイン、手法を考えているんですよね。そういうように地域をちゃんとプロデュースしていく都市環境デザイナーがいてもいいんじゃないですか。日本なんて農村だろうと漁村だろうと、都市の概念によっては、皆、都市だと考えたっていい訳だから。

そういう風にすれば市場、フィールドも広がると考えた方がいいと思う。

堺：私もそういう総合計画を作るし、都市マスもありますが、ビジョンが色々たくさんあって、それによっていろいろなものがぶれてくるし、景観の考え方も全くずれてくる。ビジョンを共有化することが非常に大事だと思うんですね。

今確かに住民参加で色んなことやっていますけれども、ビジョンがあまり共有化されないままに形が作られていくから、変なものがどんどん出来てくる。

先ほどの、歴史的な地区の周りの景観の話が、全然配慮されていなくて、埋もれていくのもそういったところがあるのか。共有化の為に私達はもっともっとやるべきことがいっぱいある。それをサポートしたり、コーディネイトしたりとかあるんじゃないかと非常に思います。

情報を提供して
市民意識の向上を＜作山＞

作山：もうひとつ、共有化についてなんだけれども、やっぱり一般の市民の意識のレベルが低くなっちゃってるんですよ。例えばさっきの屋敷林や里山でも、昔はちゃんと間引いたり管理してたのに、今はほっぽってるでしょう。

そうすると屋敷林を守れということはみんな頭にあるけれども、どうやって管理して美しい屋敷林を残すかという知識は、僕らも含めた一般の人には無いんです。知っていないとも発掘すればいいと言っても、発掘と一緒にやらないと、今の時点では共有化してもレベルの低いところで共有化してしまう可能性がある。

鳥越：高い理想を共有化させることを仕事にするような人がいてもいいんでしょうが、

作山：昨日の一言サロンでも、僕らが20年間やった活動なんかを、誤解していたようなことなんかを、ちゃんと情報を提供すればいいんです。公園で火を使ってはいけないということなんだけど、実際は許容されている事例が多いことを知らない。最近は、どんどんやっている、工夫している事実を、もっと世の中に発信すればいいのに、いつの間にか、できないと思い込んでることが、まだたくさんあるんじゃないかな。

堺：そういう資質の向上とか、目利きを上げるとか、意識を高めることに対しても私達はやらなければいけないことがある。

ただ、作山さんが言うほどレベルは一番下ではなくて、もうちょっと上がってきている位だ



と思います。

また、NPO だとか、市民活動とかも、僕は少しは向上している気はしますけど。

プロの市民が育っている＜宮前＞



宮前：明日香村は全村が古都法の指定を受けています。40年前は凍結的な風土の生態の保存に村民の反対が強かったのですが40年経って、最近では街づくり協議会がつくられて、メンバーの人達が、「今まで京都や奈良のような建造物がなく普通の農村だと思っていたけれども、来る人達の様子を見ると、何もない水田に向かって、古代の風景を頭に思い浮かべている。そういう風景を思い浮かべられる所って日本全国見渡しても、うちの村しかないってことによく40年経って気づいた」っておっしゃっていた。その位、プロの市民が育っている。そういう情報を、今埠さんがおっしゃったように、我々が発信していくことが大事だと思う。それによって市民や住民と一緒にやっていけるかなという気がします。

鳥越：皆励まされる、嬉しいですよね。自分達だけでどうもそうじゃないかなと思っていたら、全然違う人から、そうですよ、って言われたら。

普通の空間の質を どう上げるか＜堀口＞

堀口：日本の都市環境デザインが今後どうあるべきかについて僕自身が前から思っているのは、都市の中で、象徴的な空間とか、歴史的な場所とか、あるいは新たにこれから作ろうという時に、日本では、あるピクチャーを切り取るように風景を造るのが、結構仕事になっていたんです。僕は正直そういうスタートだと思っていました。皆さんどうですか。先輩達がやってる多くの仕事は多分そうで、都市の中の一割に満たない部分を、見本的にきれいに良くしている。それで周りが良くなる。そういうアプローチだった、そういうことを仕事にしていたという気がする。

今話題になっている、普通の風景、あるいは古い長屋とか町屋を見直して、レトロでいいじゃないかと改修したりする動きがずいぶんあるでしょう。ひとつの話題は、あんまり特徴のない、普通の空間の質をどう上げるか。ピンポイントでいい訳じゃないけど、ちょっと価値の埋没したものを見直してもう

一回引き上げるというところに、どうやら国民的関心は向くんではないかという気はしているんです。

僕らは多分、早すぎてもだめな商売、仕事なんです。ちょっとこれからいいぞ、ってやつを発見したり、先ほどの、白米（しろよね）の話とか、防風林の話とか、これいいぞっていうのを見つけて、いいと思ったらいかにシステムとして、業者の仕事もあるけれど、市民的にできるようにするかっていうのが非常に重要になるんだろうと思う。それで多分都市の半分は良くなる。さっき1割は良くなるってことでしたが、残りの4割くらい良くなるかも知れない。そういうところを今、この20年の目標にするべきじゃないかなって思います。



高松市丸亀町壱番街の整備 2008年

ハードの中にソフトの種を蒔くのが プロの仕事＜近田＞

近田：私は、今から20年前、JUDI誕生の2年前に独立したんですね。仕事を始めた時は、今と似た状況で景気が悪く、村おこし、町おこしのライトアップなんかが流行ったんですね。今は形は違うけど似たような状況だと思います。

20年前と今とどう違うか振り返ると、20年前は単なる客寄せでしかなかったライトアップが、今は質の高さが問われている。そういう面では、よくなっているなとは思う。

20年前と今と共通している点もある。景気が悪いとエネルギーの節約に向かうが、エネルギー事情が変わっていくに従って、照明技術は急にステップアップできるんですよね。ちょうど20年前も、新しいランプが開発されたり、高性能の照明器具が作られたりと、それまでの照明の色んなツールが一挙にステップアップできた時だったんですよね。

それが今、また太陽電池とか風力とか、自然エネルギーをベースにした考え方方が大きく取り入れられるようになり、すごくステップアップできやすい。そういう状況ではあると思ってい



近田 玲子氏

ます。

プロフェッショナルとしてどういう風にあるべきかと言うと、ハードの中にソフトの種を蒔く仕事だと思うんですよ。ハードからソフトへじゃなくてハードの中のソフトと、私は敢えて言いたいと思う。

それはどういうことかというと、私は毎年、大学で10年後に残したいものっていう課題を出すのね。それをA4一枚以上にまとめて提出させているんだけれど、今年出たのが、こたつとか、成人式、それから、駄菓子、湯たんぽ、年賀状、家族写真を飾るっていうのも出たのね。

その前の世代は段々坂とか、場所を残したっていういわゆる景観がらみの優等生的な言葉、答えがあつたんだけれど、今は結構、物にシフトしている。

だけれど、物を残したいだけ、と言ってはいけないと私は思っているんです。こたつっていうのはハードなんだけれど、こたつに入るっていうソフトでもあるんですね。それから成人式っていうのも、祝日っていうだけではなくて、その中に親離れ、子離れの区切りとなる隠れたソフトがあった。駄菓子なんでも自分の記憶に残るものを引き継ぎたい、そういう気持ちだし。家族写真を飾る行為は、飾るっていうことが、家族を冷静に見つめ直すことにつながるソフトだと思う。それがハードがなくて、ソフトだけってなっちゃうと、今ある景観法じゃないけど、色々文章を並べ立てて、こういう風にやりなさいよ、で終わっちゃうわけね。それでは何にも進まない。そのハードから、ハードが内包しているソフトをちゃんと作るのが、プロの役割ではないかと私は思い始めております。

白濱：最後に、30分でJUDIの根幹を。(笑)

景観をどうやって
ストックとして捉えていくか＜倉田＞

倉田：皆さんの話を聞いていて、私は景観ということに40年くらい関わりがあるんですけど、やはりなんとなく感じていることのひとつとしては、景観の概念というちょっと大袈裟ですけれども、景観の捉え方が基本的には変わってきていて、その流れみたいな物を考えないといけないのかなって思うんです。

ひとつは、やはり20世紀までは景観って言うのは、一般の人も含めて、都市のお化粧っていうか、コスメティックスだっていう発

想だったと思うんですよね。

だから例えば、景気がちょっと悪くなると、お化粧しなくて飾らなくたって、別に死ぬわけじゃないからいいよっていうところにいつちやう。たまたま20世紀、それこそ2000年の直前に、政令指定都市の景観担当の人達と2年くらい研究会をずっとやっていて、20世紀の景観に対する取り組みを総括したんです。その時に彼らがある種焦燥感を持ったのは、これだけ頑張ってきたのに、景気が悪くなると、あっさりそこはあまり必要ないものだ、余裕がある時にやればいい、と言われる。逆にそれに結構象徴されていて、今の近田さんの話に關係して、見方は逆になるかも知れないけど、コスメティックス、化粧術みたいなものの中に都市の本質みたいなものが現れてきている。

例えば色んな営みがそこに表出してきているし、環境に対する意識も、最終的には見える形で現れてきている。ですから、そういう意味で、景観をトータルな環境形成の、ひとつの手がかりとして捉えていかないと、多分、お化粧という意識で捉えられている間は、時代の大きな変化の中で非常に翻弄されてしまう気がするんですね。

やはり表層のデザインとしてではなくて、月並みかもしれないけれど、景観というものをどうやってストックとして捉えていくかですね。

景観というのは、実は、役所の中でも景観の部署だけがやってるんじゃなくて、本当に色んな部署で取り組んでいて、その当時も、総合計画に描かれていないのは景観だろうっていう話もした位で、やはりそういう側面があるんじゃないかな。

ただ、社会全体が確かに環境というベクトルを持っているので、景観に対する評価は分かりやすくなっている。一方でやはり新しい時代、生活の質の向上、なんて言い方をしている時っていうのは、価値観が多様化しているですから、色んな価値観を共有する為に市民参加が求められているのだろうと思うんですよ。

だから昔だったら役所がこの辺が平均点と思うところをだいたいやつていれば、皆が納得する世界があったのが、だんだん違ってきてる。もうちょっと言うと、そういう多様化する価値の中から選択していくっていうことなんです。そのプロセス自体が結果として、その地域固有の街の姿を選び出すわけです。

先ほどから言われているような総合計画、総合計画がマスター・プランとイコールかどうか微妙な気がしますけれども、少なくとも街の将来像を共有する手がかりとして、景観というのは非常に大きい要素であるという気はするんです



よ。

やはり景観というものが持っている社会的な意味に、もう一度気づいてもらうことが大事なのではないか。極端なことを言えば、色んなものが全て景観につながってるんだろうと思う。

それと同時に、賛否両論あると思うんだけども、ひとつは景観が公共的な価値として少なくとも法的に認められたっていうのが大きい。景観は、その背後にあるものも含めて、結果として見えるものとして出て来る、分かりやすさがあるので、公共性をどうやって獲得していくか。そういう意味で景観という範疇に入るかどうか分からなければ、出来事だってはっきり・・・最近のオープンカフェもある種、象徴的な話かも知れないけれども、いずれにしろ景観を通して何を語るかっていう所が非常に大事なんじゃないかと思うんです。

まだ社会一般には、行政も含めてだけれど、景観を化粧の話としてしか理解していないから、予算が削られると単純にそこが切られる形になっちゃう。そこを克服していくないと、やはり我々も仕事としての市場をなかなか獲得できないんじゃないかな。

ただうまく手がかりを作って、見えるものの背後にある部分を我々が上手に説明していくことで、意外と新しい市場の可能性が出てくるだろうという気がします。

普遍性の価値を 「時間」に置く＜白濱＞

白濱：最後に JUDI の社会に対する貢献の活動の内容や目標について語っていきたいので、今まで議論したことを私なりにまとめてみたいと思うのですが。色々なキーワードがでてきたと思います。

まとめるのは難しいのですが、今の状況はまさしく金融危機というか、世界恐慌になっていて、米国が支配していた資本主義、経済システムが崩壊しつつあります。大量消費生産であった流れが、我々一人ひとりの幸せ観っていうところに移行しつつあるんじゃないかな。その流れでいいますと、先ほどから、見えない世界、見えない所の価値を重んじることが非常に重要なんじゃないかという話が出てたと思うんですが、景観や環境デザインをやっていく中では、必然的に結果としての景観、ビジュアルを解答として求められた部分があったと思うんです。価値を共有化するツールとしてのビジュアルを。

先ほど、伊藤さんから、景観の成り立たせ方のシステムが完全に変わったという話が出ました。ですから、そこをリデザインしなければいけないんじゃないかな、という部分が始まりではないかなと思うんです。

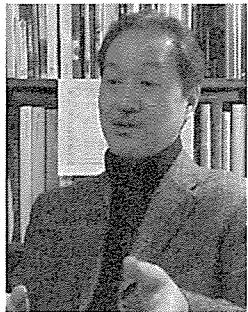
社会自体の流れや価値観がすでに変わっている、ビジュアルでコスメティックな部分に騙されて幸せ観を感じてきたことを、すでに我々は暴いている現状があります。



それで本質論に入っていくと、普遍性の価値を見い出そうとしてるんじゃないかな。普遍性というのはまさにさっき鳥越さんがおっしゃった屋敷林のような話、自然をコントロールするのではなく、自然とコラボしていくという話ですね。我々が自然の一部だし、自然と時間を営んでいくように生きていくのが、非常に重要なんだろうと思います。

ですから「財産」の価値を「時間」に置くということが重要になってくる。何故かと言うと、一般的な普通の人達が、普通の街がやはりいい街ねって言うようになってきた背景には、時間が経って歴史性がある街には、普通であっても我々にとって心地よい部分があるということです。お金を掛けてビジュアル的にデザインされていないところに、普遍性の価値があるとしたら、それはまさしく「時間の経過」ではないか。そのような価値を見つけていく作業が、今後、JUDI に問われるところなんじゃないかなと。機能主義デザインでは、機能が形を作ると言われますけど、そういう意味では多分我々の価値が景観を作っていくのだろうと思います。

普遍の価値観の共有化が多様な人々の住まい方にもつながってきますし、一人ひとりの集積が当然、都市につながっていく。その間に生産の機構、システムがあるのが都市のはずなんで、結果としての景観を生むために、我々も心の部分でどこに価値を置くか考えていくべきだ。先ほど来から言われている市場というところにリンクする。例えば経年変化みたいなところに新たな価値を見出す、そこをどう守るのか、あるいは時間と共に営んで育てていく、みたいな部



分に我々の仕事があるとしたら、それはそれで新しい市場になっていく。

極端に言うと、日本では今まで消費していく、あるいはスクラップアンドビルドの流れにあった。それを例えれば、イギリス型のように、おじいちゃんの古いツイードを大事に使っていくみたいな、古いものの中に価値を見出していく、そういうところが、景観とか都市にリンクしていくのではないかなど、皆さんのお話を聞いて感じたしたいです。

ビジュアルの部分とプラスアルファじゃなく、逆転して、普遍性の価値にプラスビジュアルの形になってくるんだなと思いました。

JUDI の社会貢献活動と目標

白濱：それでは次の時代の JUDI の役割、求められる社会貢献とか、議題にあがったそういうところの価値とか、市場性という部分で、JUDI がどれだけのことを打ち出し、メジャ一化していくか、というところを検討していかなければなと思いますけれども。中井川さんどうですか？

美の根源的な理由＜中井川＞

中井川：一般の人でもちゃんと美しいものは美しい、醜いものは醜いと判断できるような力を身につけるために、我々が宣教師的な活動するという仕事が、ひとつあると思います。その時に、あっちが美しくって、こっちが美しくない、というその理由をきちっと説明しないといけない。

実際、デザインの仕事をてきて、何々は美しい、かっこいい、軽い感じがいいとか、いろいろと抽象的な言葉とイメージで形を作ってきました。イメージの細かい部分の違いはあるけれど、意識下には、共通の美の根源的な理由がありそうな気がします。

たとえば、井戸や水道がない時代、水を汲むのは毎日の重労働であったわけです。人類の歴史からいえば、井戸や水道がない時代の方が圧倒的に永く、そのつらさの反動が、美を求めるイメージに潜んでいるように思います。過去の重労働は水汲みだけではありませんが、重より軽、遅より早、不便より利便、難しいより簡単へと美は楽な方へ向かっているようです。よく判らないのが、古より新かというとそうでもない。古いものを大事にすることの根源的理由がなにか。

たとえば、何で西欧では爆撃で跡形もなく

なった都市をそっくり復元するのか、ということですが。先日、新聞の「老人力」特集に、老人が昔のことを子どもたちに伝えるとき、脳内にドーパミン（快楽物質）が出て、生き生きとなるとありました。我々もそうですけど、同窓会へ行くと、妙にハイテンションになる。どうも、過去のことに脳は快楽的に反応するようです。まあ、はっきりとした理由はよく判りませんが、どうも美しいという価値判断には、経験や歴史に裏付けられた生活の安定感を好む性質もあるような気がします。

堀口：良い過去が刺激されて、気持ち良くなる。

中井川：もう一つ、美の根源的な意味で気になります。まちづくりのワークショップなどで、美しいまちの事例をあげると、私の場合、観光都市の写真が多く出ています。観光都市は自然でも歴史でも文化でも、何にせよ集客力がある。だから本気で観光都市になるようを考えてもいいのではないかと、説いています。単純な考えですが、美を備えた都市は、人が見に来る、つまり美が金を生むという結びつきがあるような気がします。

まちづくりを実行する上で必ず問題となるものが資金です。ほとんどの場合、資金も乏しいのに、建築的な対象に対し、何か工夫をしようとする。当然、資金がないために、まちづくりが進まない。少ないお金や労力でどうやってまちをつくるか、補助金頼みのまちづくりではない、もっと身の丈にあったまちづくり、アイデア次第では、大きな資金を生み出すアドバイスはないものか？と、近ごろ良く考えます。

美が金を生むなら、一石二鳥である。では、安くすむ美は何か？美に命を保つ意味があるならば、一番人間に必要なものは水でしょう。次は食で、衣、住の順番だと思う。世の中の商売もこの順番に市場があるような気がします。水をだれもが美しいと感じるのは間違いないので、水を中心に据えたまちづくりは、まちを美しく見せることができる。

では、お金のかからない方法は何かというと、まず、海や川、湖の水質をクリーンに保つ、汚れた水を流さない。そして、水の中や周辺にゴミを捨てない、清掃する。さらに、動植物の生息環境として整える。我々の出番がない感じですが、水は基本中の基本ではないでしょうか。水を中心とした自然環境の中に、我々の暮らしに必要な分だけの人工環境があれば健康的な美しい都市になる。

今のまちづくりは、対症療法治的で美の根源から遠い、見かけの人工物に金と労力を無理に費

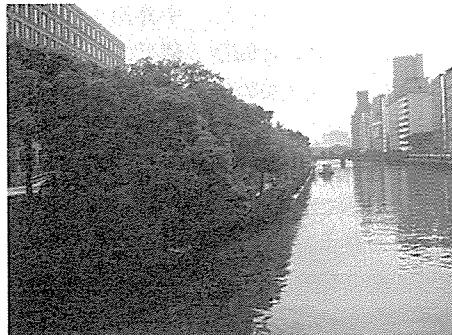


中井川 正道氏

右写真
大阪市
2005年

やしているところが多いような気がします。

日本はどこにでも水があります。どんなまちでも安く、即美しくなる資質がある。少々のしもた家なら自然環境がカバーしてくれると思います。日本中が観光地となり・・世界中から観光客がくる。建物に手をつけるのは、お金がたまってからでもいいのでは(笑)当たり前ですが、自然を大事にすることを、今よりもっと声を大きくしていく必要があると思います。



堀口：自然的環境ですね。あの、暖かいほうが美しく感じるらしいですよ。暖炉がある雰囲気とか、あれは火があると、根源的に、人間は死ぬ可能性が少ないと体感して、安心できて、気持ちのいい家ってことになるらしいです。

人工物を片づけなければならない時代が来る<中井川>

中井川：火の力はすごいですよね。

生きるために環境を求めるという根源的な価値判断でしか、人間ってたぶん生きていな。まちづくりは生きる環境を整えること。そのことを市民にもっと伝えるべきだと思う。

しかし、大変心配なことがあります。今の出生率で将来人口を計算すると、100年後に半分になる。そうなると、間違いなく、人工物を片づけなきやならない時代が来るだろうと思います。人間が使わなくなった道路、橋、トンネル、建物、工場、とかが、単純に半分ゴミと化す。我々にとって大問題になる気がします。

さつき千枚田を、みなさん賞賛していたじゃないですか。あれは素直に賛成できない。過去において耕作が難しい場所を開墾し、現在でも厳しい作業環境にあるところです。耕作する人が減り、田が荒れてしまうということで、遠路はるばる都会からボランティアの人々が作業に行く。私は、耕作を止めて一刻も早く、自然に返すようにした方が良いと思

っています。我々は、プロとして自然に返す流れを手助けすべきではないかと考えます。

鳥越：でも、ステップがあるじゃない。橋はまあいいけど。千枚田は長い歴史を通じて生きてきたのだから、そこから学ぶものはまだたくさんある。そんなにすぐに、やらなくても。

中井川：やっかいなことにドーパミンがたぶん出ているんだと思います。食べ物を生産し、命を保障してきたという美のサインがある場所だから、捨てがたいと思うことも理解できますが、有か無か、正直ジレンマを感じています。

何も残さず撤退するのは
罪ではないだろうか<伊藤>

生活文化の記録の保存は
今やらないと・・<宮前>

伊藤：今を聞いていて思ったけれど、そこまでインフラを縮小していくっていうのもあるんですけど、それより前に人がいなくなるっていうのも事実なんですよね。限界集落って言われているところもある。だけど、もう街に移ればとか、総合政策局などがやってるんだけど、ちゃんとした撤退のシナリオって多分あんまりないんですよ。それと、JUDI だからっていうことがよく分からないけど、先ほど屋敷林の話があつたけれども、そこには山とか川とか単に地形だけじゃなくて、その人達が使っていたまあ文化でしょう、あれって、半分は文化なんじゃない。自然だけじゃなくて。

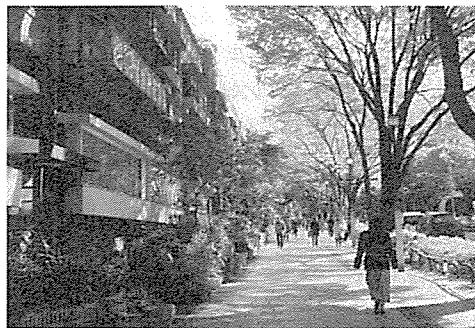
鳥越：そうそう、全て文化ですよ。

伊藤：ああいうおじいちゃんとか、おばあちゃんとかがどこで遊んだ、とか、あそこは何というとか、そういう記憶、っていうのがあるのに、何も残さずに撤退するのって、かなり罪なことなんじゃないかと思う。埋蔵文化財的な景観の記録っていうのを何かやるっていうのは、ひとつおもしろいかなって思ってるんですよ。もしかしたら、また日本の人口が増えて、またそこに進出しようかなっていう時にタイムカプセルを開くと出てきて、昔はこうだった、ということが分かって、そこから始めるのとゼロからやるのとでは、だいぶ違うんじゃないかな。そういう撤退の記録保存、映像文化財的な。それはプランナーとかそういう人達ができるこなんじゃないか。

消えた景観

東京 原宿

2002年



みんながそういうのをやる。それが最終的には、建築物の構造にどうなっていくかとか、それをつけなげて都市景観とどうそこをつなげて読み解くってことをやれたらすごいですね。

宮前：古い時代だけじゃなくて旧住宅公団のスターハウス。関西にはほとんど建替えで残っていない。そんな古くなくてもついこの前の時代のものも含めて考えていけたら。

宮前：それはすごく大事だと思っていて、「生活文化の記録」って、今やらないと保存できない。屋敷林の手入れの仕方も、松の手入れの仕方も。そこで毎日何が為されて持続してきたかを継承する必要があると思います。年中行事すら継承は危ういですね。

鳥越：生活文化には本当に深いものがある。私、富山県の立山博物館の運営委員をしているのであちらによく行っている。この間も薬草の博物展があったんですが、薬草だけのことを展示している。何故それを植えて、どう使ってみたいなインターフェイスのところが全然なかった。薬草をテーマにする研究や展示もそうなってしまうように、住まいも都市もそうなんでしょう。使い方とか、関係性のところのノウハウのところが意外に抜け落ちてしまう。たぶん灯りもそうだと思う。(笑)

体験型生活景観のすすめ<近田>

近田：私は、体験型生活景観のすすめ。例えば照明で言えば、最近、LEDが流行りすぎちゃって、逆に提灯とかろうそくなんていうほうがよっぽど新鮮なんですね。

鳥越：そうですよね、ろうそく入れる灯籠はあるんだけど、どうやって使ったのかと。物はあっても使い方知らないとかね。

近田：例えば、美術館に夕やみから暮れなずむところを、ただただ見るだけの部屋をつくる。

鳥越：それだけっていうことは、それを楽しむための感性やノウハウが必要。

近田：生活の中でそういう時間がつくる景色があるっていうのが大事だと思う。

鳥越：JUDI の 20 周年というのは、各地で

中井川：仕事でスターハウスを扱いましたが、最近、古い住宅団地が良く見えるような、感じがありますよね。

堀口：最近、団地フェチとか団地マニアってのがあって、本を出したり見学会をしています。

鳥越：阿佐ヶ谷団地とか。

普通に美を生み出す<堀口>

堀口：記録と体験と二つあるんですけど、消えゆく景観はおそらくシステムが残らないでしょうって話ね。生き残っているうちに記録をして、ヒアリングをしてある程度記録しましょうってね。僕が持っている昭和の日本のすまい本があって、写真だけなんです。それはすごく見て楽しい。単に、古い炭鉱住宅とか、色んな住宅の写真が載っているだけなんですけど。そういうどうせなくなる過去の風景を写真とヒアリングで残しておく。JUDI のプロジェクトとしては分かる。体験型の景観、こういう景観に何故なっているのかっていうのを、ちゃんと解説できる人とともに歩くっていうのも、十分面白いと思う。プロが紹介し、ガイドする。なかなか皆忙しいから、65歳以上の人でないと参加できない。(笑) そういう風にして、アフター JUDI な感じ。そういう意味で社会貢献にはなると思うんですけど。

これからの JUDI の社会貢献としてもうちょっと普通の景観を掘り起こすようなことして、この風景は価値があるんですよって伝えるのが意味があるんじゃないかと僕は思っているんです。残り 40% をかさ上げする意味でも。

普通の景観を掘り起こす。普通に、美を生み出す。(笑)

高見：美というよりも適切さみたいなものだと思います。

(右写真2枚)

JUDI 長井フォーラム
「まち歩き」で
景観の掘り起こし
山形県長井市
2003年



美の定義づけが必要では<白濱>

白濱：大学で教えていて思うのですが、先ほどの「デザイン」って言葉のレンジが非常に広いわけ。元々、ギリシャ語からすると記号的な意味があったり、設計っていう意味合いもあるし。ただ「美」自体の概念は一人ひとり皆違うわけですよ。それを皆さん、美しいとかという言葉を普通に使っているのが問題なので。JUDI が、20周年記念事業で、美しい都市ランキングをやってますが、美しい「美」が何々でどうなんだと、それをなんら定義づけしない今まで、美しい都市って言っちゃったらすごく問題が出るはずですよ。そこでランクづけされた都市、それは意外にそんなことはない！お前らが何で美しいっていうふうに言えるのかと。そこを我々が美しいという、美の定義を一回した上で、美しい都市の提案みたいなものするべきではないか。それがないから、さっき中井川さんが言った、あそこが美しくてなんでこつちは美しくないんだと、誰がそう言うんだとなつて、それが一般解に落ちれば落ちるほど、分からなくなってしまう。

我々は少なからず、美という言葉をプロとして使っているので、そこはやっぱりきちんと定義づけをしなきやいけない。先ほどの、自然に還していくっていう部分と、生活文化の保存と景観という部分。美しさという部分と、記録、記憶という部分の重要性が何かつていうことをあいまいなまま含んで語つてある部分がある。そこら辺は整理した中で、JUDI と我々一人ひとりが活動できるようにしていかなければなど。

鳥越：産業革命は重要だったけれども、逆にそれ以降のことではそれだけでは人類は立ち行かない、ってことが既に証明されているんですから。産業革命以前英知、人類がヒトとしてずっと蓄積してき英知が、全てとは言わないけど、これからも役立つはず。

白濱：それはさっき我々が議論した中であ

ったと思うんですけど。例えば火を見るということもそうでしょうし。私は癒されてとても好きなのですが。

鳥越：火を見ると癒される、燃える火がなぜ美しいっていうのは難しいですよね、説明が。

白濱：暖色、寒色っていうことでね、・・火が持っている暖かいという部分と、あるいは、こういう $1/f$ のゆらぎであると、そういう部分まで立ち入らないと……？

鳥越：そこまで細かいことを言わなくとも・・・

近田：火を見るよりあきらか（笑）

白濱：我々が生活をしていく中で、琴線に触れる部分に、スponと入っていかないと、みんなワーと言わないはずなんですね。その、ワーリーというところを、きちっと言えるかどうか、我々が。そうでないと景観まで広がらないはずですね。

作山：日本の伝統的な美しさみたいな、DNA だったり。我々がアプローチする感性、そういうことにちゃんと戻って、美の定義づけもそうなんだけど、美しく生きる、美しく暮らすとかそういうところをもう少し探求していくというのがひとつ JUDI としてもある。

もうひとつは、皆さんが言っている、美しいものの価値に注目することも重要。私は日本の都市計画は土地の価値の評価の問題だと思っていて、幕張ベイタウンのエリアとか、あるまとまりのある質の高い地区では価値が上がるんだけども、単体の建築の質を上げても地域の土地の価値は上がらない。そういう意味では、評価のシステム、不動産鑑定の問題もある。

世界的に見ると、いいものはやっぱり価値が高くなるのに、僕らも狭いところではなくて、まさに専門家だけ集まつてもだめなので、色んな人を集めるってことをやっていく、僕らはク

リエイターだったり、医者だったりするわけで、外科的な手術やったり、内科的な治療をしていた部分を、ケアマネージャー的なことをしたり、ハードの中のソフトみたいな、あるいは宣教師みたいなことを同時にやっていく。活動の中でものすごく多くの役割が求められる。

白濱：美しさということを基準に、何かやっているこうという時に、結局美を伝える、

美を知ってもらう、っていうことはすごく難しい。僕はこれ美しいんだって思うけど、ある人にとっては、これって美しいとは思わないという部分が相当ある。それは何に根ざしているかっていうと、やっぱり幼少期の美の体験の多さの有無なんだ。感動をどれだけしてね、美と接しているかなんだ。ということは結局、教育の部分で美術というノウハウだけを教えていて、美という抽象的な概念を伝え切れていないことが問題なんだと。原体験がないと、西洋美術の絵画を見たり、これはこういう風な手法で・・・という話を幾らしたって分からぬ。

作山：DNAだと思う。生活の中で、もうすでにわびさびみたいな日本の伝統がわれわれのDNAにあるはずなんだけど、西洋教育によって分からなくなってしまった。

白濱：分からなくなってるのを、もう一回整理した上で、日本人の感性を思い出させる必要があると僕は思う。

鳥越：すごいじゃない、JUDIにはこれから日本美術学会みたいな活動も必要っていう提案。

JUDIはパブリックデザインを語る
日本唯一の組織<堀口>

美に至るプロセスを
手助けする集団<近田>

堀口：韓国に行った時に、すごく思ったのは、JUDIはパブリックデザインを語る日本唯一の組織なんです、そういうパブリックデザインっていう概念が未熟な地域、中国もそうだし、韓国もそうだし、アジアはずっとそうだった。で、日本はある意味で先進的に、西洋型のデザインを輸入して、この20年やってきたでしょ。でちょっと反省に立っている。

中国のラオガイブームとか、ラオガイって老人街、古い街。韓国も観光資源で、復元したりしている。日本も今まさしく先進地ではあるんですけど、やることはやったし、行き詰まっている感じもある。もうちょっと売れるって言うとおかしいけど、アジア的に展開をするとか、もうちょっと発言したらいいんじゃないかなって。そういうことを期待されているように思いました。そういう質問がすごく多かったんですよ、実は。だからちょっとJUDIはうちにこもり過ぎかなって思って帰ってきました。

倉田：韓国は結構今、熱心ですよね。具体的にいきなり公共空間に手を入れて、ということを。あの感覚で資源を色々やろうとしていることはあるから。

近田：「プロセッショナル」の定義として、プロセス・フェッショナルね。プロセスを、美に至るプロセスを、私達は手助けする集団です。

鳥越：すごい、「プロセッショナル」って、とても分かりやすい。(笑)。

白濱：ありがとうございました。いろいろな分野の話が出ました。まだ議論し切れない、語りきれていない部分が多くあると思いますが、心に留めていただきて、また20周年事業で発言できる場を色々と設けていきたいと思います。

それで、今日の「JUDIの今後」ですけれど、見えない価値の部分に言及していこうという風な話題になったと思います。それと美に対する定義とか、普通の街でも「美しい街というのは儲かります」というのは非常に分かりやすいし、即効力があるんじゃないかなと。

そうすると、美しい都市は何かっていう部分の活動も、既に美しい都市ランキングで始めて



大分県 湯布院の景観

1994年

いますし、そのところを生かしながら、実質的に動ける活動のメニューを作り上げていく、ということが大事かなと思いました。

最後の近田さんのプロセッショナルですか、そういうプロセスを繋いでいける部分を声を大にして自信を持って言える団体にできるように頑張っていかなければいけないなと思います。本日は本当にありがとうございました。

(編集・文責：広報副委員長
松村 みち子)

本稿をまとめるにあたり、以下の方々にご協力・ご助言をいただきました。

ここに記して感謝の意を表する次第です。

富山県観光・地域振興局地域振興課 様
財団法人 富山県ひとづくり財団 様
株式会社 チューエツ 様
輪島市産業部観光課 様
元住宅・都市整備公団中部支社長
松岡 勝博 様

事例写真撮影者：松村 みち子

都市環境デザイン って、なに

前田 裕資

MAEDA YUSUKE
学芸出版社

十五年ほど昔、都市環境デザイン会議に誘われた頃、鳴海邦碩先生が「目に見える景観（都市環境デザイン）は誰にも分かりやすい総合的なまちづくりの指標だ」といった意味のことを言われていたように思う。

その時は「そうだよな」と思った。もちろん上っ面だけよくなつたって仕方がないが、むしろ内面の健康の表れが美しいお肌であるように、街の健康の表れが景観なんだということであったと思う。

都市環境デザインを応援すれば、自分の街も少しこはくなるのかもしれない。どちらみちなら、私益と会社益をかねて頑張ってみたい。そう思って、また期待をした。

しかし、どこからか話がややこしくなった。一つにはまちづくりって言葉があまりに広がって、まちづくりってなんだということが改めて問われるようになったからだろうか。

深く考えなければまちづくりは自分の街が良くなることに決まっている。ところが、「住民が主体になって街の住環境を良くしていくこと」といった定義があるらしい。いや、行政の一方的な都市計画へのアンチテーゼだとも言う。いずれにしても、どうも都市計画とか建築と付かず離れずの関係にあり、住民主体なんて言いながらも、専門家でなければ手に負えない領域であるようなのだ。

まちづくりという言葉が広がれば広がるほど、自分の街を良くするのがまちづくり、その総合化のための指標という素朴な理解と、都市計画と建築の狭間を埋める専門領域という理解に、深くて暗い溝が出来ているようと思えてならない。

それを強く感じさせられたのが、私が司会を仰せつかった鳴海先生の退官記念イベントでのパネル「広がるか、まちづくりマインド」だった。

この狙いは鳴海先生と関わりの深い都市環境デザイン会議関西ブロックと都市大阪創生研究会の交流だった。後者は、鳴海先生の呼びかけで生まれた大阪をよくしようという研究会で大阪の八つの大企業が参加して98年に立ち上げられた研究会である。だから企業がお金を出してコンサルが報告をして、お酒を飲んで歌って終わりの研究会かというと、全く違う。仕事として関わっているという範囲を超えて異様に元気な人が多い。私はこれで会社を変えましたって感じの人までいる。そしてその中核にJUDIの会員が何人も参加している。

これなら和気あいあい間違いないと思ったのだが、どうもうまくいかない。すれ違う。

JUDIの会員から見ると、ド素人ならともかく、専門家がアフターファイブに何をしているのか？、そんなんで責任をもてるのか、仕事としてちゃんとやれ！ってことのようだった。

そうだろうか。専門家は良くも悪くもお医者さんみたいなものだ。患者のために知識と技術、そして誠意をつくす。とっても偉い。だけど、そんなお医者さんですら「どうしたいかはご自分で判断してください」って時代だ。自分の街を良くしたいなら、主役になりたいなら、患者自身になるしかない。まして知識と技術があるのでから、やれることはいっぱいあるだろう。

十数年まえ、都市環境デザインの専門家はまちづくりの主役だったかもしれない。俺たちが街をつくっているんだという気概があり、また現実に仕事のなかで実現する機会も多かつただろう。

しかし今ではどうだろうか。

一方「住民参加でいいものが出来るか？」なんて言うのは、「あんたが自分で家具を選ぶと、ろくでもないことになりますよ」ってことと一緒にだ。ほつといってくれって感じ。もちろん技術的なアドバイスはとても有り難いし、安全に関わる最低品質保証は必要だろう。ましてインテリアの仕事をしている家族がいれば、おおいに役立ってほしい。だから、プロのデザイナーへの期待はある。しかし決めるのは私だ。

市民のセンスに文句を言うのであれば、そんな専門家自身も市民であることを思い出すべきだ。だから、一市民にもどつてまちに関わるのも一つのあり方だと思う。

そういうことにケチを付けたのではないと言われるかもしれないが、なおテクノクラートが決めてあげていた時代の感覚が残っていなだろうか。

それはともかく、都市環境デザイナーはお医者さんほど頼りがいがない。

まちづくりという領域がやたらに広がっている今、まちづくりの専門家なんてありえない。個人として、会社として仕事の幅を広げるのは当然だが、都市環境デザインとは何かという核は、むしろ戦線を縮小し確たる物を示したほうが良いのでは。まちづくりのなかで、あんたは何をしてくれるの？ってことにまずは応えることが必要だと思う。

注)

大阪都市創生研究会については、『都市の魅力アップ』（学芸出版社、たったの2200円+税）を読んで頂きたいが、関西ブロックのホームページにも報告がいっぱい載っている

JUDI100号の変遷

作山 康

SAKUYAMA YASUSHI

(株)都市環境研究所

広報委員

1 会報「JUDI」について

JUDIニュースと現在も呼ばれているものの、それまでの発行の遅れやニュースとしての迅速さ・新鮮さに欠けることから、2001年1月発行58号から、会報「JUDI」と名称が変わっている。58号は設立10周年記念大会報告があり、皮肉なことに10年で会報「JUDI」は、定期的な発行や新鮮な情報の提供について十分機能しきれなくなったのは、広報委員としては大きな反省である。

会報「JUDI」のデザインは、1・2号、3~6号、7~57号、58号へとデザインが変わり、紙質・色も微妙に変化した。色彩の内容や事例紹介時にどうしてもカラーを必要とする場合は、カラー印刷を一部行っており、年度内予算の範囲内であればその方針は現在も変わっていない。正式に私が広報委員になったのは21号からであるため、正確には初期を語ることはできないが、当初10名の広報委員は、6名に減少した9~21号時期、その後12名となり、現在では16名である。マンネリ化しないために、委員を拡大しメンバー交換をしたいのだが、なかなか引き受け手がないこともあり、同じ顔ぶれが長く委員をしているというのが実態である。

JUDIの活動を知る重要な情報ソースであるため、予算も重要視されて、編集委員としてはその役割の重みを感じながら毎号発行している。毎年の年間テーマや各号の特集テーマでは、各担当者がいつも苦労している分、読み応えのある特集も少なくない。

100号を発行するにあたって、100号の変遷を分析する役割となったが、特集テーマについて、設立10周年時に発行した年鑑があり、そこでは54号までがテーマ別に整理されているため、区切りは悪いが55号からその後の会報「JUDI」の特集テーマを整理し、変遷を見てみたい。なお、会報「JUDI」は、当初から年間6号発行を長く続けていたが、予算や委員編集負担等の問題もあり、現在は年間5号を発行している。

2 設立後10年とその後の特集テーマ

会報「JUDI」はJUDIの活動報告や世の中で注目されているテーマに沿って特集が組まれることが多いため、社会情勢が大きく影響しているのは当然である。

バブルがはじけようという1999年にJUDIが設立されたわけであるが、まだバブルの余韻が残っていることもあり、設立当初から10年間のテーマには、ウォーターフロントやニュータウン。パブリックアートといったテーマもあった。また阪神淡路大震災、まちづくり3法などに関連した特集も組まれている。その他、バリアフリー・サスティナブル、エコロジーといった新しいテーマにも言及しており、全

体的に多様なテーマを扱ってきた。

設立10年以後の54号から99号のテーマを整理してみると、やはり時代背景をあらわしており、景観法や都市再生や地域再生といった国の取り組みに応じたテーマや、観光・ストーライフ、防犯といった新しいテーマも出現している。最近はエコブームにのって環境・サステナブル関連も多い。都市型社会に入って、ニュータウンやウォーターフロントといったテーマは取り上げられなくなった。

100号を通じて変わらないテーマもある。それは経済状況がどうであろうとも、地域の環境デザインや地場産業といった、地方の都市環境デザインは注目され、固有の魅力と独自の取り組みをおこなっている地方・地域は、今後とも注目すべき不变のテーマといえる。

54号以降の社会情勢を見ると、大規模投資は地方中核都市や大都市部の一部へ集中投資される傾向にあるが、これらの大規模プロジェクトの都市環境デザインは、JUDIとして特集テーマとして取り上げるほど魅力でないのか、そこそこの都市環境デザインであるが普及モデルとなりにくいのか、いずれにしても結果として取り上げられていない。

3 今後のテーマの予想

今後のテーマを簡単に予想することはできないが、社会的ニーズにあったテーマが取り上げられるることは今後も変わらないと思われる。また、地域・地方では多様なまちづくりの取り組みが行われており、そこでは大規模な投資を伴わないものの質の高い都市環境デザインが実現されている事例などもあり、これら地域・地方の都市環境デザインは、今後とも注目すべきテーマと考えられる。

もう一つこのような各テーマに共通した内容があるのではないかということである。広報委員会では101号から当面5号のテーマが議論されたばかりである。都市環境デザインのクオリティに関して、JUDIとしてしっかりと情報発信していくなければならないのではないかという議論がなされ、まずは「生活空間の質と都市環境デザイン」という年間テーマを設定することとなった。

クオリティ・オブ・ライフや都市空間の質といったことが徐々に注目されるようになっていくが、経済合理性追求型の社会にあって、質の高い都市環境デザインが実現しくくなっているのではないか。質の高い空間や満足度の高い生活を体験していないせいか（あるいは贅沢と見られてしまうのか）一般市民・行政もそこそこの生活、そこそこの空間でよいと思われている伏がある。「質の高い都市環境デザインは、人々の生活を豊かにする」ということを、JUDIが示していく責務があるように感じる。

①都市空間・都市居住

- 38号■特集：都心居住－制度と空間論
 44号■特集：建築と都市環境デザイン
 45号■特集：小京都
 46号■特集：商業空間とアーバンデザイン
 48号■特集：下町・界隈

②農村地域と都市環境デザイン

- 35号■特集：むらづくりと環境デザイン

③地場産業と都市環境デザイン

- 47号■特集：港町
 49号■特集：石の町
 50号■特集：外国人のまち
 51号■特集：地場産業と都市環境～京都
 52号■特集：蔵のあるまち～まちといとなみ
 53号■特集：地場産業・まちの再生・都市環境デザイン
 54号■特集：焼物の里づくり

④ニュータウン

- 14号■特集：ニュータウン論
 36号■特集：新都心（ニュータウン）の暮らしと環境デザイン

⑤ウォーターフロント

- 2号■特集：六甲アイランドの環境デザイン
 15号■特集：ウォーターフロントの景観デザイン
 32号■特集：臨海副都心の環境デザイン
 37号■特集：都市環境における水辺のデザイン

⑥景観

- 3号■特集：アーバンデザイン行政と景観条例
 5号■特集：長野冬季オリンピックと景観整備
 12号■行政としての都市環境デザイン
 13号■特集：帯広のグランドデザイン
 15号■特集：ウォーターフロントの景観デザイン
 32号■特集：臨海副都心の環境デザイン
 39号■特集：京都
 47号■特集：港町

⑦バリアフリー・市民参加

- 21号■特集：人にやさしいまちづくり
 10号■特集：市民まちづくりにおける都市環境デザイン
 30号■特集：横浜協働の都市デザイン
 42号■特集：市民参加によるデザイン

⑨サスティナブル、エコロジー

- 11号■特集：エコロジーと都市環境デザイン
 26号■特集：サスティナブル・テクノロジイ

⑩防災・震災

- 4号■特集：密集市街地整備事業
 22号■特集：阪神、淡路大震災
 23号■特集：阪神・淡路大震災
 26号■特集：サスティナブル・テクノロジイ
 29号■特集：阪神大震災1年後・被災地の春
 41号■特集：震災復興住宅の都市デザイン諸相

①都市空間・都市居住

- 61号■特集：私の描く21世紀の生活と住環境
 90号■特集：「地方都市のマンション景観」

②農村地域と都市環境デザイン

③地場産業と都市環境デザイン

- 60号■特集：環境デザインと材料
 81号■特集：地場産業と景観

④ニュータウン

⑤ウォーターフロント

⑥景観

- 64号■特集：景観から環境へ今デザインが問われている
 79号■特集：景観法の施行に向けて
 82号■特集：古都法と景観
 83号■特集：伝統的建造物群保存地区と景観

⑦バリアフリー・市民参加

- 92号■特集：ユニバーサルデザインと景観・環境デザイン

⑨サスティナブル、エコロジー

- 62号■特集：建築緑化の在り方を問う
 78号■特集：水辺のまち～自然の力と市民力～
 84号■特集：水（用水）と景観
 99号■特集：「省エネ建築と都市環境デザイン」

⑩防災・震災・防犯

- 93号■特集：「都市の安全と環境デザイン」

⑪パブリックアート

- 12号■行政としての都市環境デザイン
19号■特集：パブリックアート
47号■特集テーマ：港町

⑫ランドスケープ

- 7号■特集：ランドスケープのフィールドから
33号■特集：関西プロジェクトのランドスケープを探る

⑬その他各分野のデザイン

- 17号■特集：環境デザインをめぐって
24号■特集：土木デザインの課題
34号■特集：「我々は都市のスパイスか？」

⑭地域の環境デザイン

- 6号■特集：中部ブロック特集
13号■特集：帯広のグランドデザイン
20号■特集：関西国際空港
25号■特集：都市デザイン・地域デザイン
27号■特集：都市のアイデンティティ
～「大阪、京都、神戸」関西三都物語
30号■特集：横浜協働の都市デザイン
31号■特集：中部圏における大規模プロジェクトと
環境デザイン

⑮海外の環境デザイン

- 40号■特集：アジアにおける都市環境デザインの動向・その1
41号■特集：アジアにおける都市環境デザインの動向・その2
44号■関西ブロック海外セミナー「イタリアセミナー」

⑯デザイン教育

- 7号■都市環境デザイン教育は大学で果たしてどこまで
可能か
9号■都市環境デザインをめぐる職能の教育と活動領域
43号■特集：公共の勘違いデザイン
47号■景観材料の再点検

⑪パブリックアート**⑫ランドスケープ**

- 57号■特集：「ランドスケープデザイン」この10年と未来
80号■特集：自然と景観

⑬その他各分野のデザイン

- 59号■特集：土木デザイン～21世紀の展望

⑭地域の環境デザイン

- 67号■特集：人と場の活性化－岐阜市を事例として
68号■特集：人と場の活性化－四国ブロック
70号■特集：人と場の活性化－佐世保市
71号■特集：新潟市
72号■特集：都市の文化再生産力／盛岡
73号■特集：人と場の活性化－熊本県五木村
75号■特集：ちゅらむん・びーち ちゅらむん めーさ
in 沖縄「都市環境デザイン・ワーキング・ワーキング」
76号■特集：北のデザイン
77号■特集：四国のまちなみ・ひとなみ
85号■特集：東北・北海道のまちづくりと景観
89号■特集：「日本海の交流・北前船の風土デザイン」

⑮海外の環境デザイン

- 91号■特集：「ブラジル都市環境デザイン視察」
94号■特集：「韓国の都市デザイン」

⑯デザイン教育

- 55号■特集テーマ：「環境デザイン教育」

⑰観光・スローライフ

- 66号■特集：時間環境デザイン
69号■特集：観光のデザイン－沖縄
86号■特集：観光と都市環境デザイン・関東

⑱地域再生・都市再生

- 87号■特集：「地域再生と景観デザイン」九州・沖縄
88号■特集：「地域再生と景観デザイン」関西
96号■特集：「繁華街再生と景観デザイン」
97号■特集：「風俗・アンダーグラウンド空間の再生」

⑲その他

- 56号■特集：「建築家(家)と都市環境デザイン」
58号■特集：JUDI賞これからの都市環境デザインの方向性
63号■特集：「JUDI賞」関東ブロックの選考経過からみた
都市デザインへの思い
65号■特集：JUDI若手が遭遇している都市環境デザイン
74号■特集：公募プロジェクト「長井フォーラム」の報告
98号■特集：「まちづくり会議 in 鶴岡」
95号■特集：「大学と地域の連携のまちづくり」

JUDI 会員の今

アンケート調査

集計報告

JUDI 広報委員会

服部 圭郎

HATTORI KEIRO
明治学院大学

松村 みち子

MATSUMURA MICHIKO
タウンクリエイター

広報委員

アンケート調査の概要

このアンケート調査は、JUDI 100 号記念として JUDI 会員を対象に実施したもので、広報委員会にて議論し、質問紙を作成することにしました。

アンケートの目的としては、JUDI 発刊当初の都市環境デザインを取り巻く状況と、今との比較をし、20 年間の時代の変化を読み取ることがあげられます。そのような観点でアンケートの設問項目を作成しました。

調査は費用面を考慮し、会員に「JUDI e メールニュース」配信時に添付の形にて実施しました。ただしメールアドレスが不明の方には、別途郵送の方法をとりました。また回収はメールまたはファクシミリにて行いました。

主な質問内容は以下の通りです。

アンケート標題は「JUDI 会員の今」(1988-2008)。

設問は、大きく 3 種類に分けられます。
1 は「会員の 20 年間の変化について」、
2 は「日本の都市環境・景観デザインの世界に関して」、
3 は「JUDI 組織そのものや活動について」です。

設問に回答いただく方の現在の状況で、該当する選択肢を○で囲むか、カッコに記入する形で答えていただきました。

なお、集計作業（グラフの作成等含む）は服部圭郎委員が担当し、集計報告のまとめは松村みち子委員が担当しました。

アンケート結果の概要

会員の年代は 60 代が最も多く、また所属地区ブロックでは、関東と関西の会員が 6 割以上を占めていました。

専門分野では、最も多いのがコンサルタントで、続いて多いのが教育・大学、都市計画関係でした。

この 20 年間における会員の職能・職種は、「変化なし」が「変化あり」を若干上回っていました。

現在、会員が在住する地方においては、約半数の人が街づくりや、環境・景観デザインの開発が活発であると感じています。

また在住する土地における市民（住民）の街づくり意識については、7 割近い人が「高い」と感じています。

今の職能については、回答者の 63% の人

が職能を発揮できていると感じており、自己の職能について「更にスキルアップの必要性を感じる」とした人の割合は 6 割を超えています。

また 9 割を超える人が、街づくり、都市環境・景観分野を今後活性化していく必要があると答えています。

街づくり、都市環境・景観デザインの分野が市場として今後も成長していくか、という設問には、「そう思う」と楽観的な回答をした人が 6 割強、それほどでもない、あるいは縮小していくというやや悲観的な回答をした人が 4 割弱という結果でした。

環境・景観デザインの分野の関心がこれからどのように移っていくかについての回答（複数回答）で多かったのは（25% 以上）、温暖化・地球環境、都市景観・街景観、住民参加型-NPO 活動でした。

JUDI の組織や活動についての設問では、JUDI という組織の周知や、社会貢献活動の更なる必要性が指摘されています。会員自身が JUDI の存在価値を再認識し、もっと社会にさまざまな問い合わせをしていく必要がありそうです。

また、会費が高いため払えないとする回答も半数近くを占めており、◎（特に影響を及ぼすもの）をつけた人は最も多い 10 名でした。

シニア世代（60 代上）がつくったイメージがあり、敷居が高い組織で、若い人が入りにくいイメージも強いようです。

JUDI のメリットについては、多様な業種の専門家とコラボレーションできるネットワーク、一流の専門家との情報交換、増俸の入手などに多くの回答が集まっていました。

考察

発足して 20 年経ち、会員が高齢化した今、若い世代を引き付ける JUDI にしていく必要性を感じさせるアンケート結果となりました。

職能のスキルアップには、多様な専門家とのコラボレーションや情報交換が意義あるものと考えられます。

このようなメリットをより多く享受できるような JUDI にしていくことが、今求められているのではないでしょうか。

* アンケートの詳細な結果については、次ページ以降に記載します。

「JUDI 会員の今」(1988—2008) アンケート調査 集計結果

JUDI 広報委員会 (服部 圭郎・松村 みち子)

● 会員の20年間の変化について

(1) 会員の年代

回答数は51名。図1に示すように、最も多いのは60代の18名、以下50代の15名、40代の14名、30代の4名となっており、20代以下と70代以上の回答者はいませんでした。

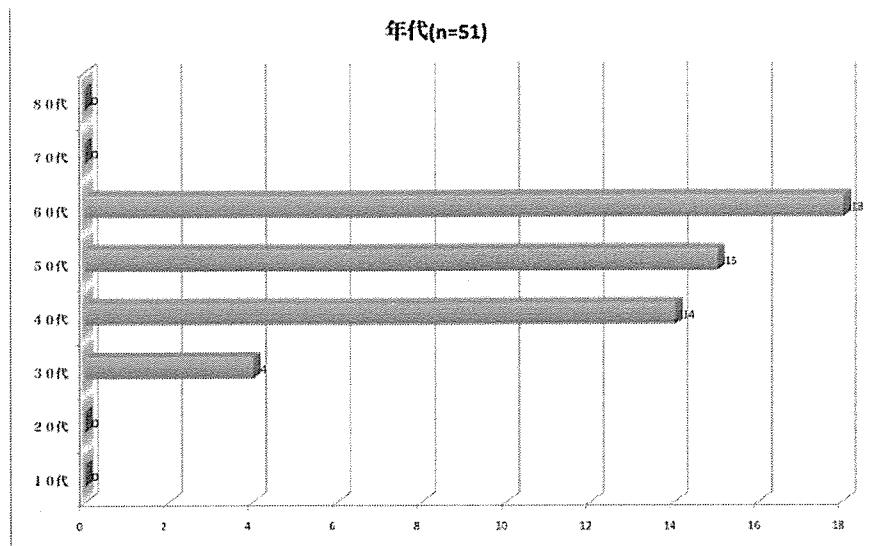


図1 会員の年代

(2) 所属地区ブロック

所属地区ブロックは、有効回答数49のうち、多い順に、関東(18名)、関西(13名)、九州(8名)、中部(5名)、四国、ならびに北陸が各2名、沖縄が1名となっていました。北海道、東北、中国地区に所属する回答者はいませんでした。(図2参照)

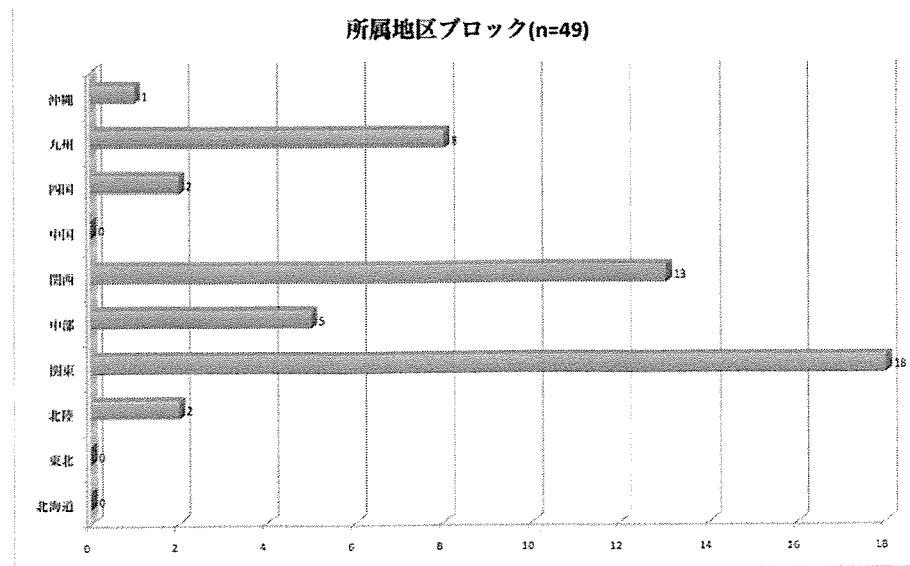


図2 所属地区ブロック

(3) 所属会員資格

所属会員資格では、正会員が47名、学生会員が1名、協力法人が3名となっています。
準会員の回答者は0名でした。(図3参照)

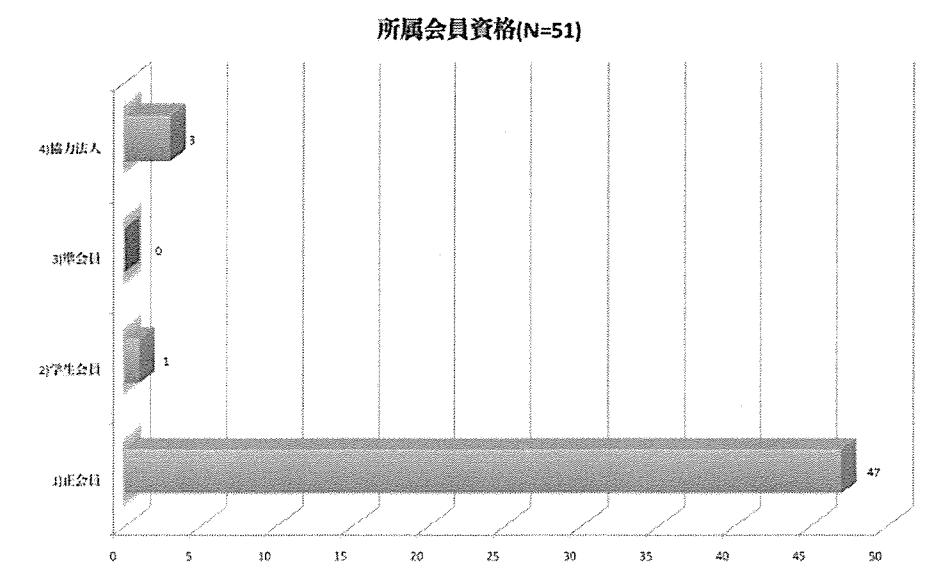


図3 所属会員資格

(4) 専門分野

専門分野についての設問（複数回答）では、一般会員では、最も多いのがコンサルタントの23名、以下多い順に、教育・大学が12名、都市計画が同じく12名、デザインが8名、建築が7名、学生1名となっています。(図4)

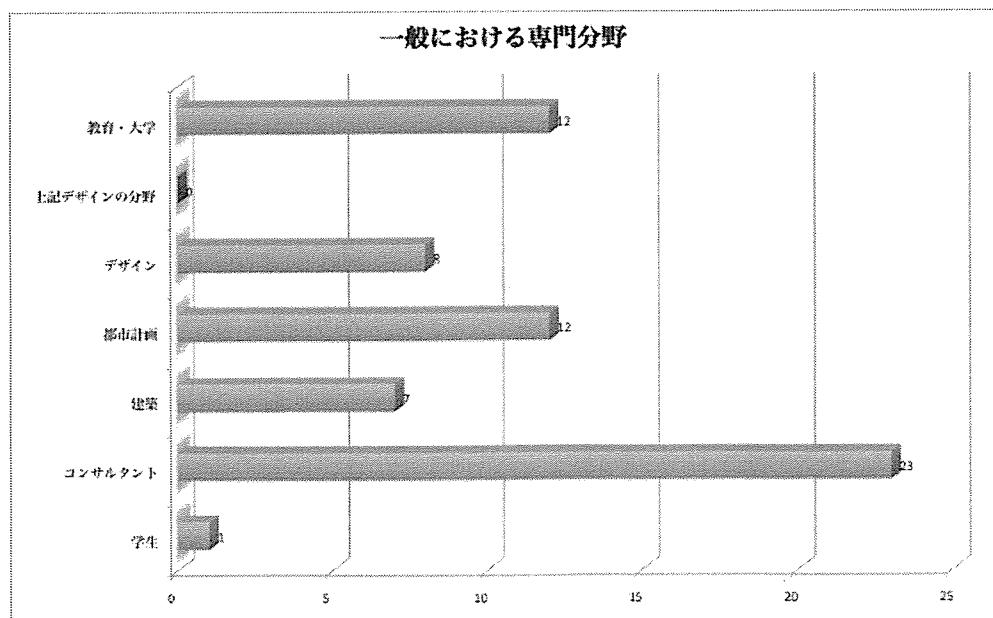


図4 一般における専門分野

また、メーカーにおける専門分野では、景観材料が3名、行政における専門分野では、景観・環境が1名でした。(図5、図6参照)

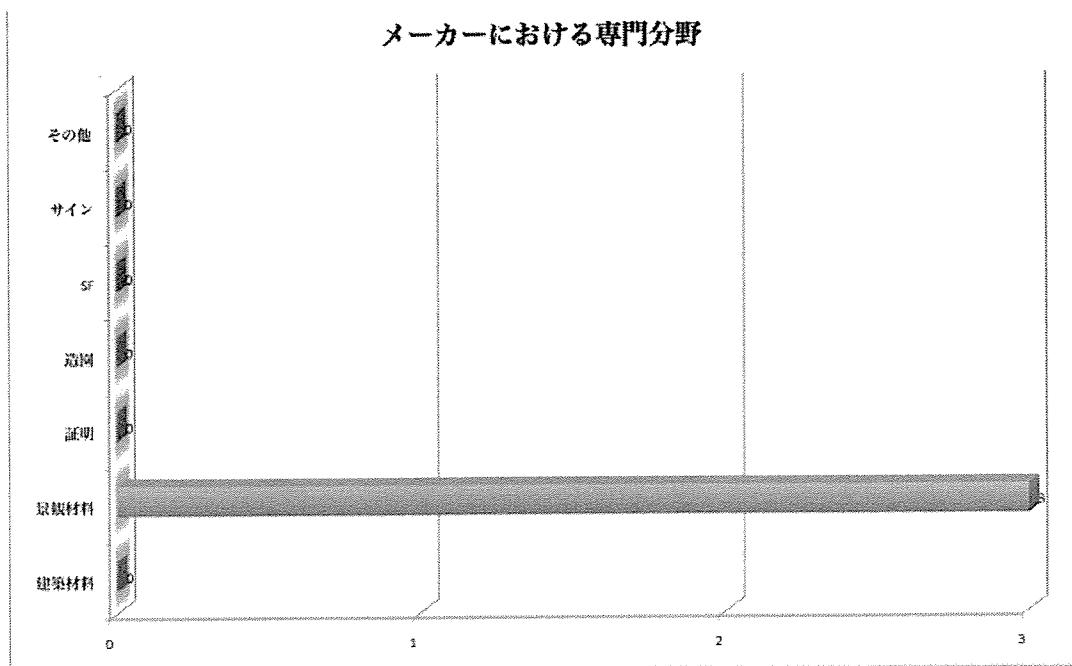


図5 メーカーにおける専門分野

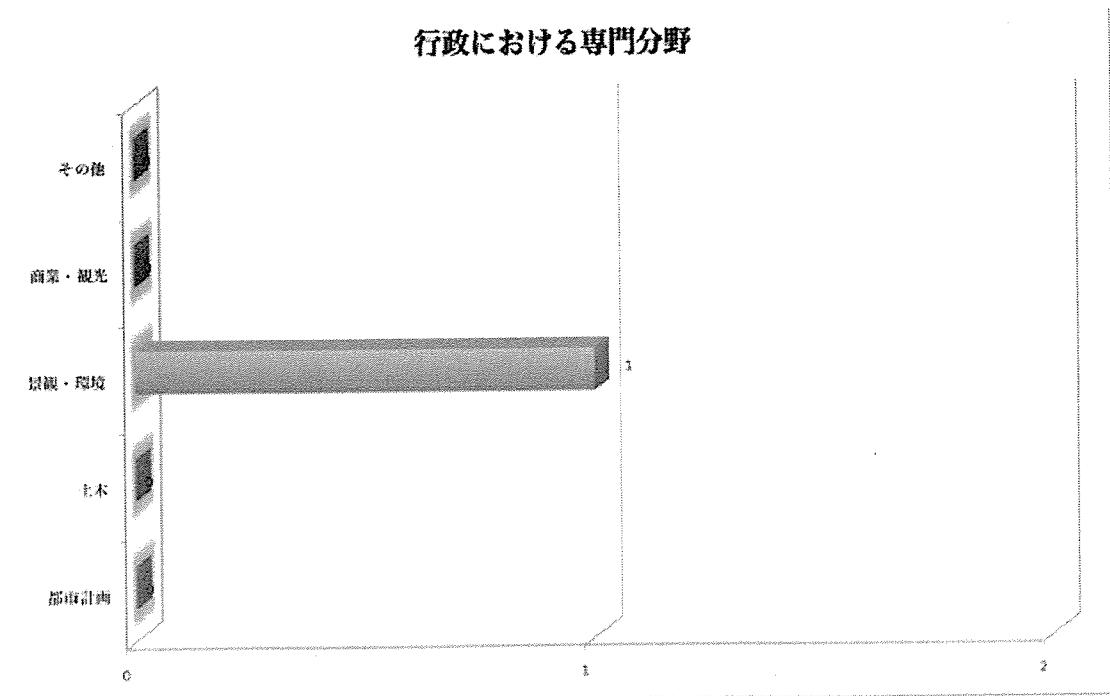


図6 行政における専門分野

(5) 職能・職種の変化

この20年間における「会員の職能・職種の変化」についての設問では、回答数51名のうち、「変化なし」と答えた人の割合が52%で、「変化あり」と答えた人の割合48%を若干上回りました。

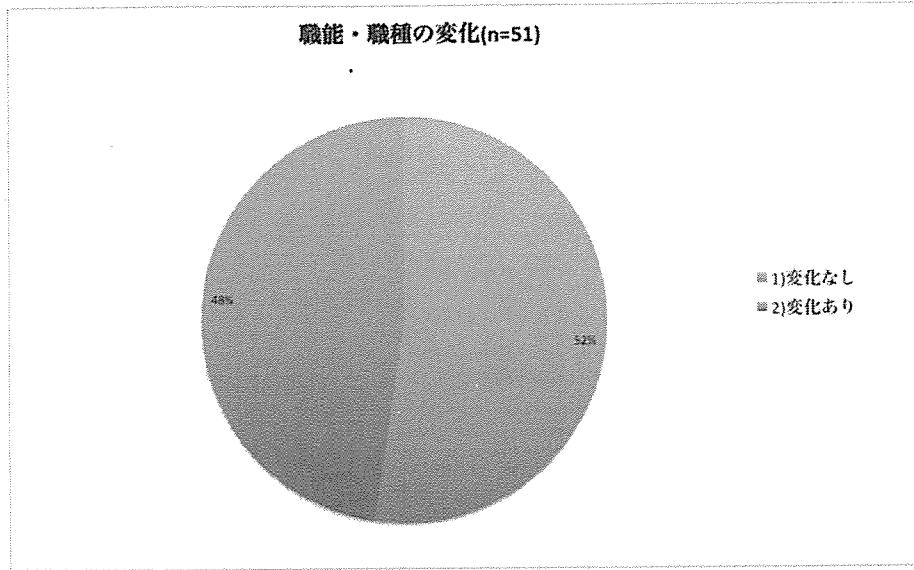


図7 職能・職種の変化

● 日本の都市環境・景観デザインについて

(1) 在住する地方の街づくり、環境・景観デザインの状況

2種類めの設問は、日本の都市環境・景観デザインの世界についてです。

まず、「現在、会員が在住する地方における街づくりや、環境・景観デザインの状況について」尋ねてみました。

結果は、「開発が活発である」が14%、「やや活発である」が49%。「ほとんど変わらない」が14%、「停滞ぎみである」が21%、「最悪の状態」が2%でした。「活発」と「やや活発」を合わせると63%となり、半数を超える人は街づくりが活発であると感じていることが伺えます。

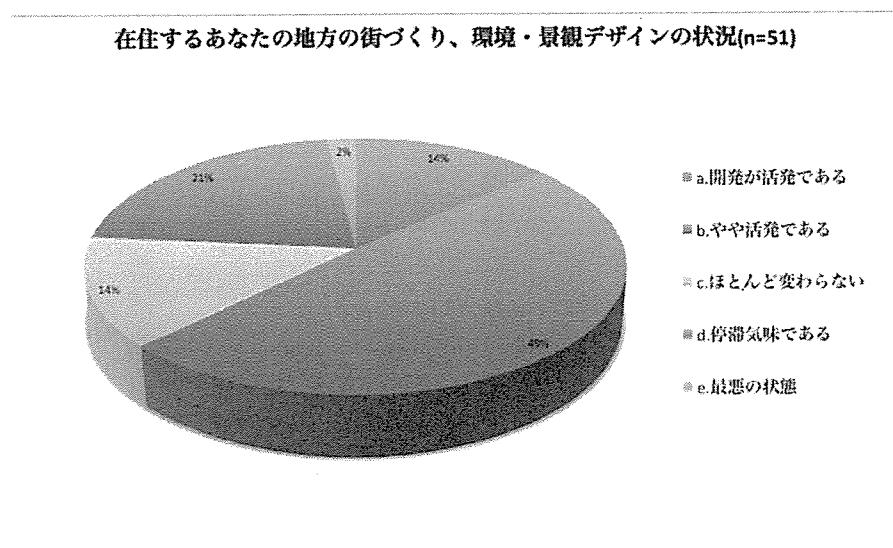


図8 在住するあなたの地方の街づくり、環境・景観デザインの状況

(2) 市民の街づくり意識

在住する地方の市民・住民の街づくり、都市環境・景観デザインの分野への関心の高さに関する設問では、「非常に高い」が14%、「やや高い」が55%、「それほどでもない」が25%、「関心は薄いほうである」が6%という結果でした。「非常に高い」と「やや高い」を合わせると69%になり、7割近い人は市民の街づくり意識が高いと感じています。

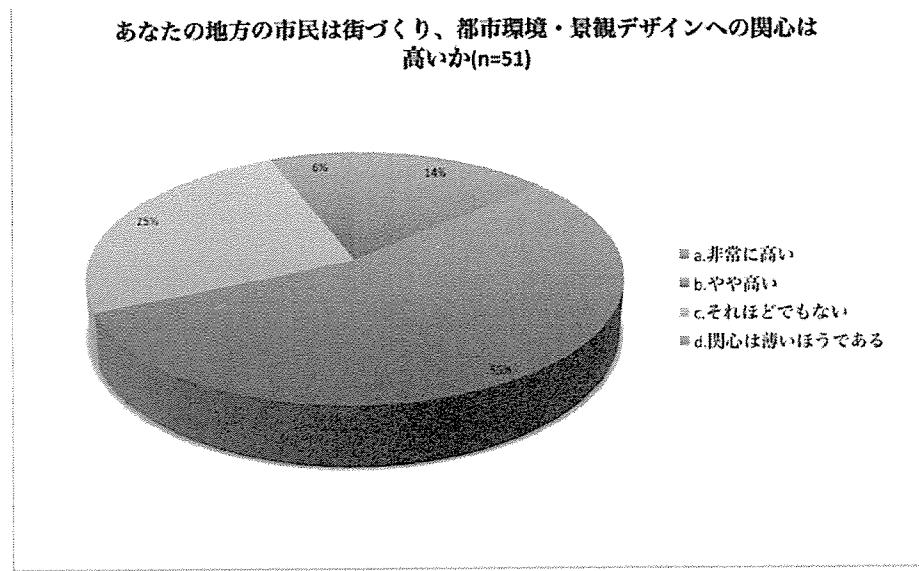


図9 あなたの地方の市民は街づくり、都市環境・景観デザインへの
関心は高いか

(3) 職能を発揮できているか

「現在の会員が今の職能（または企業の存在）を十分に発揮できているか」についての設問です。

結果は図10に示す通りです。

「できている」は18%、「ややできている」は45%と、63%の人は何らかの形で職能を発揮できていると感じています。また「それほどでもない」という回答は29%、「活かされていない」は8%となっています。

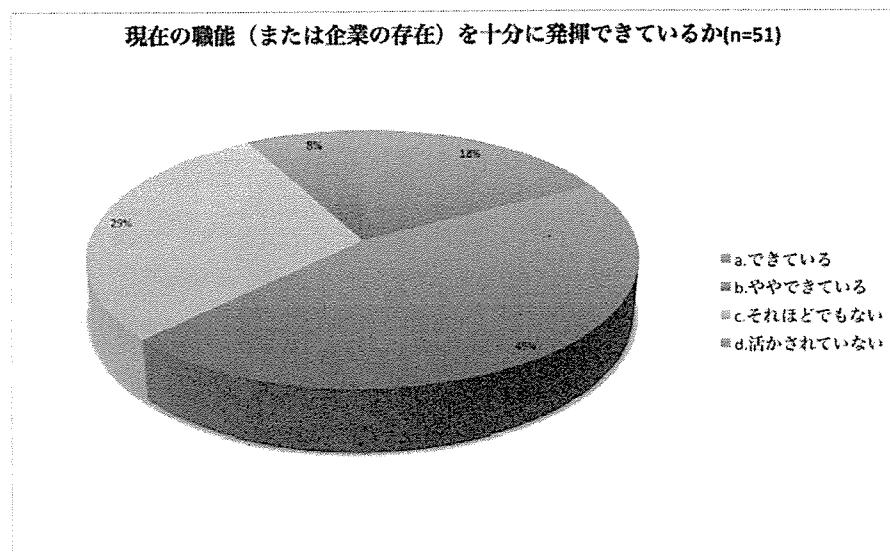


図10 現在の職能（または企業の存在）を十分に発揮できているか

(4) 職能を活かしていくか

さらに「今の職能（または企業の存在）をこのまま活かしていくことは考えられますか」という設問に対しては、図11に示すような結果が得られました。

回答数51のうち最も多かったのが「更にスキルアップの必要性を感じる」の63%、次が「現状のまま活かしていく」の19%、その次が「見直しを図る予定である」の18%で、「活かされない」と回答した人はいませんでした。

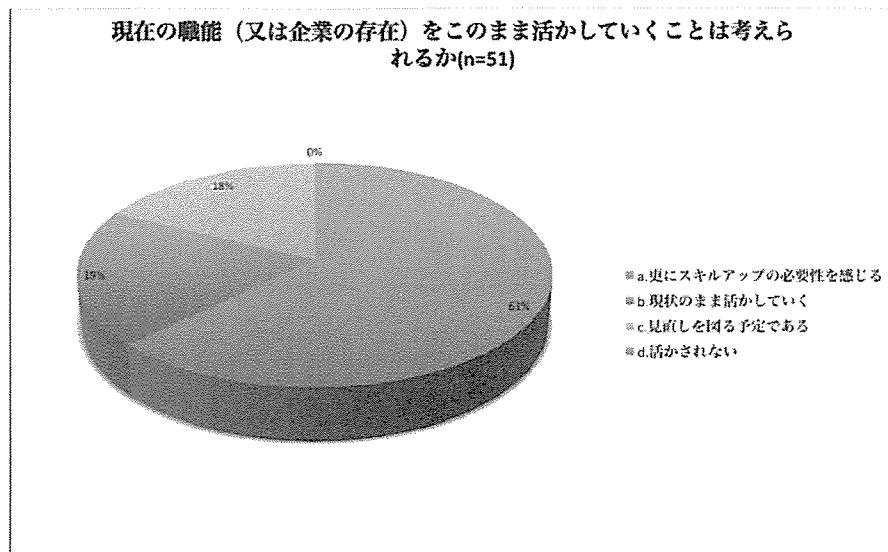


図11 現在の職能（または企業の存在）をこのまま活かしていくことは考えられるか

(5) 活性化の必要性

「今後街づくり、都市環境・景観分野は増え活性化していく必要があるとお考えですか」

という設問では、回答数51のうち「まったくそう思う」が74%と最も多く、「ややそう思う」の20%を合わせると、94%が活性化は必要であると考えています。また「それほどでもない」との回答は6%でしたが、「必要性を感じない」との回答はありませんでした。（図12参照）

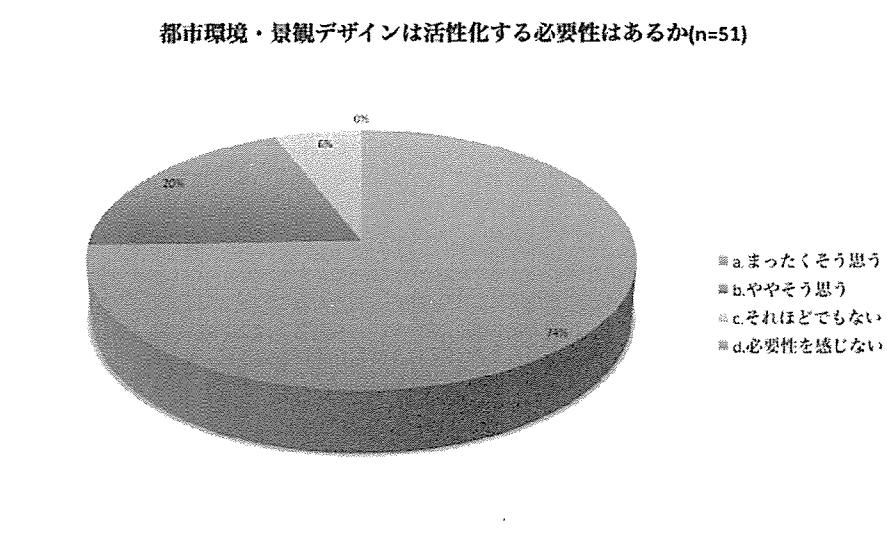


図12 都市環境・景観デザインは活性化する必要はあるか

(6) 市場としての成長性

「街づくり、都市環境・景観デザインの分野は市場として今後も成長していくと思いますか」という設問に対しては、回答数50のうち、最も多かったのが「ややそう思う」の44%、次が「それほどでもない」の34%でした。

「まったくそう思う」の回答は18%あり、「ややそう思う」と合わせると、この分野が今後も市場として成長していくと考えている人の割合は6割を超えています。一方「縮小していく」との回答が4%ありました。「それほどでもない」との回答と合わせると、4割弱はあまり楽観的には考えていないことが伺われます。(図13参照)

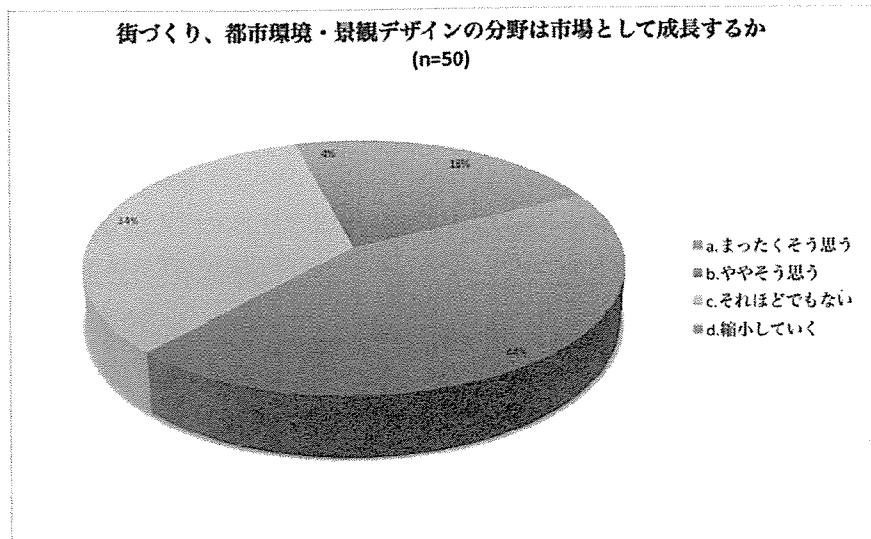


図13 街づくり、都市環境・景観デザインの分野は市場として成長するか

(7) 環境・景観デザイン分野の関心

これから「環境・景観デザイン」の分野の関心はどのように移っていくかという設問についての回答(複数回答)の結果を図14にまとめました。

多かったのが「温暖化・地球環境」、ならびに「都市景観・街景観」の回答で32名、次に多かったのが「住民参加型～NPO活動など」の25名、以下「観光立国」の24名、「ストック型社会」の19名、「都市問題」の17名、「地方分権型社会」の14名、「住宅・建築デザイン」の8名となっています。

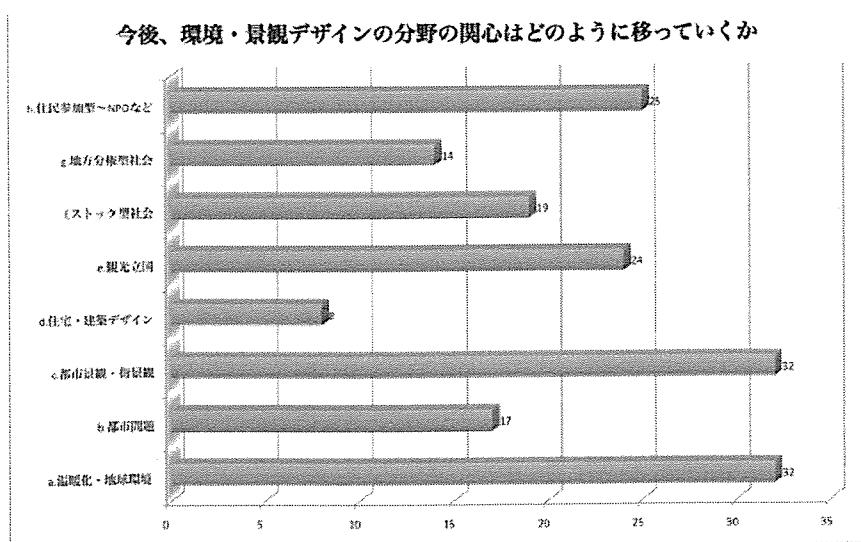


図14 今後、環境・景観デザインの分野関心はどのように移っていくか

● JUDI の組織や活動について

(1) JUDI 会員の減少理由

JUDI の組織そのものや活動に関する設問です。

「JUDI 会員の減少傾向や新規入会がおぼつかない原因はなにか」について尋ねてみました。

該当するもの全てに○、特に強い影響を及ぼすものに◎をつけてもらいました。その結果を示したのが図 15 です。

回答者が多かった回答順に列挙します。

<回答者数の次の（ ）の数字は、回答者のうち「特に影響を及ぼす」として◎を付けた人数>

1 「JUDI という組織や活動がまだ十分周知されていない」	31 名 (8名)
2 「社会に対する貢献度や影響力が少ないため」	25 名 (9名)
3 「会費が高いため払えない」	24 名 (10名)
3 「会員メリットが少ない」	24 名 (8名)
5 「若い世代が少ないため」	18 名 (4名)
5 「日常業務に追われて JUDI 活動する余裕がない」	18 名 (4名)
7 「シニア世代（60代以上）の専門家がつくったイメージがあるから」	12 名 (4名)
8 「世の中のニーズと活動がずれている」	10 名 (4名)
9 「敷居が高い組織イメージである」	8 名
10 「魅力に乏しいため若い世代に JUDI を勧められない」	7 名 (2名)
11 「その他」	6 名 (2名)
12 「単に勧誘活動が積極的でないため」	4 名 (1名)
13 「組織活動に追われそうになるため」	1 名 (1名)

上記のような内容になっています。会員自身が改めて JUDI の存在価値を再認識し、もっと社会にさまざまな問いかけをしていく必要がありそうです。

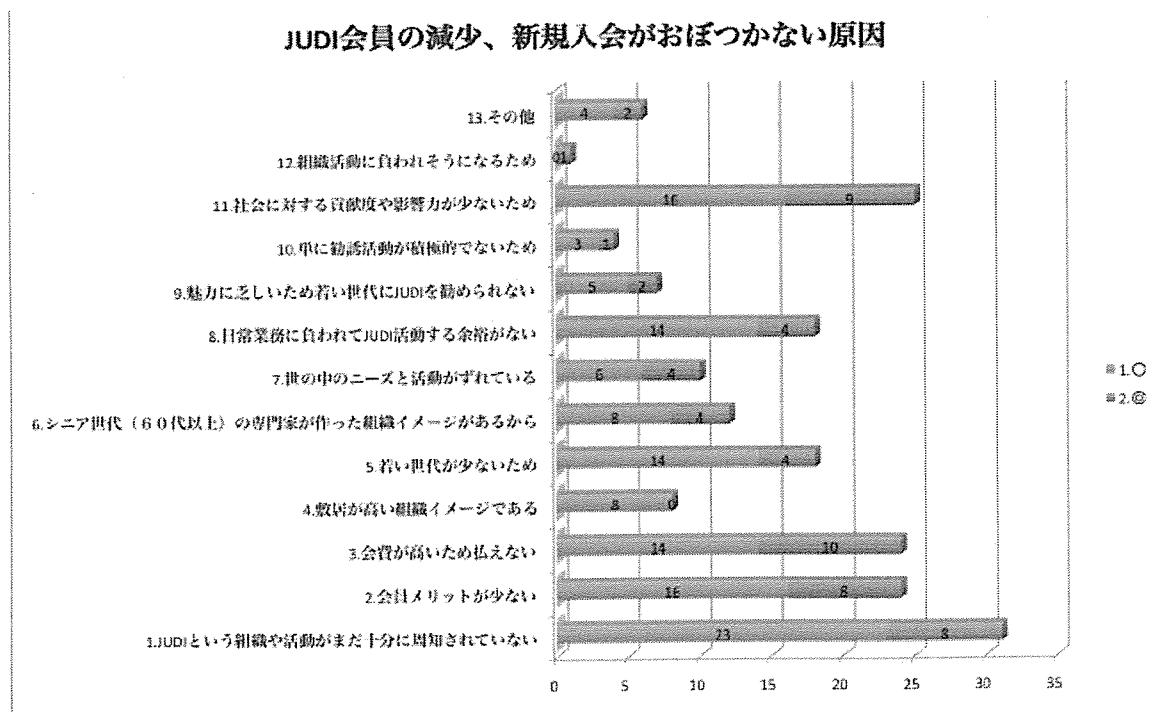


図 15 JUDI 会員の減少、新規入会がおぼつかない原因

(2) JUDI のメリット

JUDI のメリットについて該当するもの全てに○を、特に強い要因となるものに◎をつけてもらいました。回答が多かった順に列挙すると次のようになります。回答者数の()の中の数字は、回答者数のうち「特に強い要因」とした人数です。(図 16 参照)

- | | |
|--|-------------|
| 1 「多様な業種の専門家とコラボレーションが可能なネットワーク」 | 35 名 (11 名) |
| 2 「全国レベルのネットワーク」 | 24 名 (6 名) |
| 3 「一流の専門家との情報交換」 | 23 名 (10 名) |
| 4 「能動的に参加してわかるメリット」 | 20 名 (6 名) |
| 5 「多様な業種の情報入手」 | 15 名 (2 名) |
| 6 「自治体、企業、大学、専門家等により都市環境デザインの技術開発をおこなっている」 | 11 名 (1 名) |
| 7 「全国の専門家不足に対応して適任専門家等を紹介又は派遣可能である」 | 8 名 (2 名) |
| 8 「最先端の情報入手」 | 6 名 (2 名) |
| 9 「社会への発言権を持っている」 | 5 名 (2 名) |
| 10 「JUDI での活動や経験がキャリアになる（又は社会が認識する）」 | 5 名 (1 名) |
| 11 「その他」 | 2 名 (1 名) |

JUDI のメリット

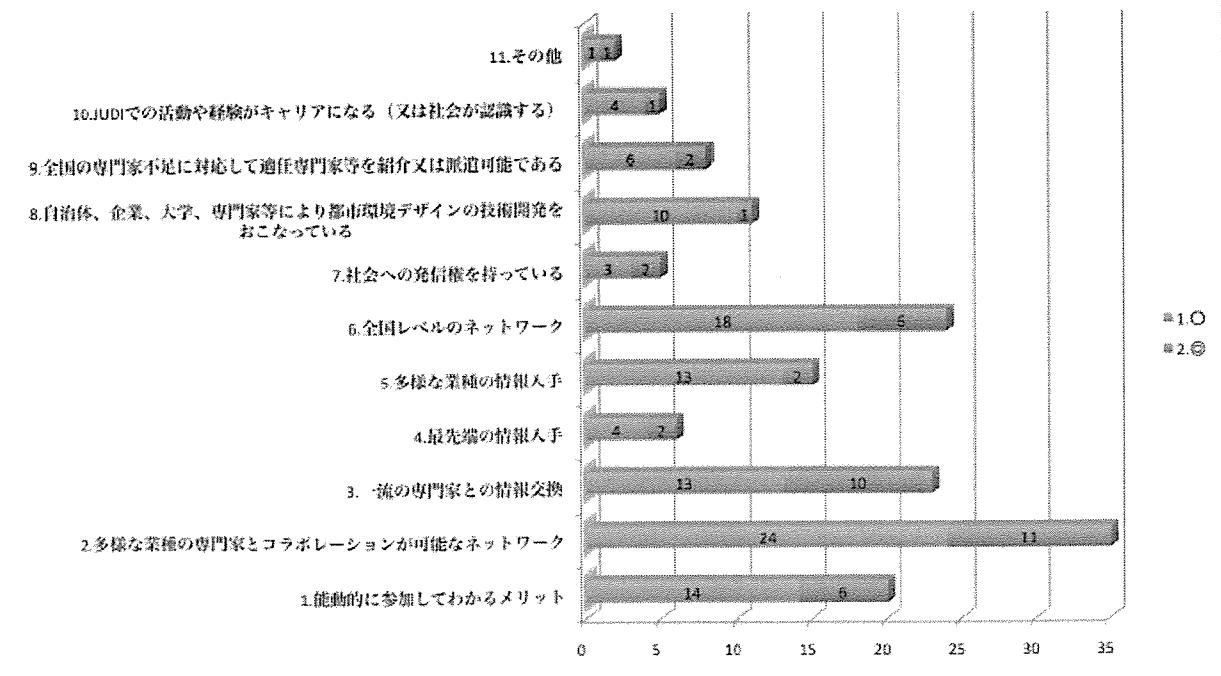


図 16 JUDI のメリット

事務局より

1. 新会員の紹介

2009年3月～5月の入会者は下記の通りです。（入会順、敬称略）

5月31日現在の会員数は、405名です。

準会員氏名	勤務先(ブロック)
片山 正樹	(株)背景計画研究所(関東)

2. 退会者(2009年3～5月)

井上博夫、打林国雄、葛西紀巳子、熊谷昌彦、高橋陸三郎、田村誠、田村美幸、辻井道弘、増田淳、松原知三（敬称略）

東北ブロックの中居敬一会员が4月に逝去されました。ご冥福をお祈りいたします。

3. 住所変更等(敬称略)

氏名	変更内容(新)
九後 順子	阪神電鉄(株)都市交通事業本部 〒530-8389 大阪市北区芝田1-16-1 Tel. 06-6373-5031 FAX. 6373-5438
長町 志穂	(株)L E M空間工房 〒540-0035 大阪市中央区釣鐘町 2-1-7 Tel. 06-6949-3535 FAX. 6949-3536

編集後記

松村 みち子

MATSUMURA MICHIKO

広報副委員長

「JUDI」がいよいよ100号という節目を迎えました。今号は通常の「JUDI」と多少体裁を変えています。特別企画として、座談会とアンケート調査を実施し、それをメインに構成しました。広報委員会で何度か議論をして、このような方針に決めたものです。

「新春懇話会」では歴代の代表幹事と現代表幹事にJUDIに寄せる様々な思いを語っていただきました。私を含め日程調整の合わない代表幹事もあり、欠席となったことはまことに残念でした。

懇話会でも何名かの方が指摘され、アンケート調査でも出ているように、JUDIはもっと社会に向けて活動内容を周知し、都市(田舎も含む)の環境・景観デザイン分野に専門家として働きかけていくことが必要ではないでしょうか。

今号では、話題に出てくる景観のある地域(自治体や公的機関)に関連写真の提供をお願いしてみました。その折、JUDIという組織や活動内容についての説明をし、理解していただくよう努めました。その結果、私が「とやまふるさと使節」を務めています富山県か

らは貴重な散居村の写真を、輪島市からは白米千枚田の素晴らしい写真をご提供いただくことができました。心より御礼申し上げます。

作山さんの原稿にもありますように、「JUDI」は各広報委員のボランティア的な活動によって支えられています。マンネリ化しないように、議論してテーマを設定していくますが、限界もあります。ぜひ会員の皆様のお知恵をお貸しください。

そしてこれから活動に「JUDI」を活用していただければ、広報委員としてこれほど嬉しいことはありません。

広報委員会

白濱 力	土田 旭
松村みち子	加茂みどり
菅 孝能	岸田 文夫
中嶋 猛夫	松山 茂
櫻井 淳	横山あおい
吉田 慎悟	島 博司
服部 圭郎	横山 裕
作山 康	