

健康と温泉フォーラム 第五十九回月例研究会
二〇一六年一月二八日 東京文化会館四階会議室
基調講演講演録 講演者 谷口江里也

演題

個人や仲間のできること

行政や共同体ができること

ただいまご紹介いただきました谷口江里也です。以前もお話させていただきましたし、ときどきこの研究会をのぞかせていただいていると思いますのは、こんな真面目で内容のある研究会はほかにはないのではないかと思います。

テーマもバラエティにとんでいますし、講師の方もいろんな方がおられて、すごいなあと思います。専門家の方々もいらつしゃいますので、そういう方々を相手に、どのような話ができるかは分かりませんが、一応、私の立場からお話してみようと思います。

最近では私は、神崎先生の「世界遺産」のお話、そして前回、松坂先生の文化と温泉のお話を拝聴させていただきました。神崎先生の山岳信仰の象徴としての富士山とか、「日本食」が文化遺産になったというのは、日本の山岳信仰と日本人の暮らしとが一体となった形での「お正月料理」の文化が評価されたのであって、何も懐石料理が評価されたわけではないですよ、というお話では、大変勉強させていただきました。

前回の松坂先生のお話の中でも、本が好きな人が始めたイギリスの古書の街のお話とか、ドイツでは癌の手術をした人は、何週間か温泉地とかで療養しなくてはならない法律があるというお話がありまして、大変興味深かったです。

私は、先ほど上口さんから紹介がありましたように、加賀温泉郷の山代温泉というところの生まれではありませんけれども、みなさんのように、仕事として温泉と深く関わっているわけではありません。けれども、温泉というのは日本人の暮らしや文化と深い関わりを持つものとしてありますから、ここでのお話はいつも、興味深く拝聴させていただきます。

個々の内容的なことはもちろんですが、それと同時に、このようなフォーラムと研究会の存在そのものが独特で面白いなと思い、私は大変興味を持っています。温泉を巡ってこれだけ多様なテーマで、多くの方々が熱心に研究を続けておられるというのは、心から感心いたします。

それはみなさんがたの熱意や、温泉に対する愛や、事務局の方々のご努力のたまものだと思いますけれども、それと同時に、それだけ温泉というものが、深く多様なテーマ性を持っていることの証だろうと思います。

今回、事務局の合田さんから、フォーラムが出来てから三十年にな

りますので、温泉やフォーラムの内部からの視点からではなく、そこからちよつとはなれた視点から話してくれないかというお話がありました。

そこで、合田さんともご相談させていただいた結果、このフォーラムに参加されている方々が、『個人や仲間で出来ること、行政や共同体が出来ること』ということについて、私の立場からお話することになりました。

私は普段、空間や、それを構成する言語、ということについていつも考えています。私にとっての空間は、建築空間もそうですけれども、それ以外に制度とかルールとかによってやんわりと私たちの営みを包み込んでいるもの、ほかにも言葉で構成される本なども含めて、非常に広い意味で空間を捉えています。

仕事としては、言葉で本を書く仕事や、いろんな方や企業などに頼まれて、建築空間をつくったり、企業や自治体などに頼まれて、さまざまなヴィジョンやプロジェクトを設計して、それをディレクションしたりしてきました。

たまには音楽空間を創ることもあります。今日は主に建築空間に引きつけてお話をしますけれども、そこで話しますことは、それ以外のことも含めた空間創造プロジェクトのことを言っていると、思っただければと思います。

私はヴィジョンアーキテクトという、一般にはまったく馴染みのない肩書きで仕事をしておりますけれども、これはどういうことかといえますと、ヴィジョンという言葉には、幻想という意味もありますけれども、同時に、「ヴィジョンをもって進みなさい」というように使われたりもします。この場合のヴィジョンは、夢とか、理想とかいうニュアンスをもっています。

つまり、普段とはちよつと違った何か、ちよつと違ったどこかへ人を向かわせる働きをするものがヴィジョンだと、私は思っています。

ですから、「こんなことがあったらいいな」と思われるような想いや可能性、それを包み込んでいるような空間を、本や、建築のかたちで、あるいはプロジェクトによって実現するというのが、私の基本的な仕事です。

それでは空間というのはどういうものかということですが、これは大雑把にわかりやすく言えば、内と外とが区切られてあるということですが。

何のために分かれているかといえ、それは内側を守るためです。

そこで重要なのは、何のために内側を、どういう外から、どのよう
にまもっているのかということ。それはつまり、内と外との関係
が重要だということ。そういうお話をしたいと思います。

建築空間の場合は、壁や床や窓や屋根などの具体的な物によって、
内と外とが区別されています。

ところが、たとえば法律や憲法などでは、言葉によって、ある国の
なかで、個人がしていることいけないこと、あるいは国家がしている
こと悪いことの境をつくっています。

ルールと言ってもいいですけども、それは言葉ですから目には見
えません。けれども、こんなことをすると罰せられるというように、
明らかにそのことによつて、内と外とを区切っています。

これはもう少し言いますと、その区切られた空間の、内と外では、
行われること、やるべきことが異っているということ。です。

つまり内には内の論理や営みがあり、外には外の営みや論理があつ
て、その異質なものが、内と外との境によつて接しあっているとい
うことです。つまり内と外とは、そういう風に関係しあっています。で
すからその境や、そのありようがとても重要です。

ちよつとややこしいことを言っているように思われるかもしれませんが
んけれども、これは建築や、自分の身体を考えてみればわかりやすい
です。

たとえば私の体は皮膚によつて外界とは区別されて守られています。
身体の間かでは、この身体を活かすために、いろんなことが行われて
います。外では、暑かったり寒かったり、インフルエンザが飛び交つ
ていたり、うるさかったりとか、いろんなことがありますけれども、
当然のことながら、私の体は外界と接していて、いろいろ影響を受け
ながらも、外と折り合いを付けながら、冬を乗り切ったり、風邪をひ
いたりしています。

壁に囲まれた建築も、内と外ではまったく違います。ただ建築の場
合は人が出入りしますし、外部との関係もいろいろと複雑です。本来
は誰の物でもなかった大地の一部が、なぜか誰かに所有されて、その
土地の上に、特定の人の専有物として造られますけれども、だからと
いつて何をしてもいいかといえば、そうではありません。

それというのも、建築はいつたん造られますと、何十年もその場所
にあつて、その間、街の機能や景観などに影響を与え続けます。

なぜか道の一部を塞いで建っているような場合は、そこを通る人々
にとつて、ずっと邪魔な存在であり続けます。ガラスが落ちてきたり
すれば、人命にも関りますから大変です。つまり建築というのは本来、

昔も今も、資本主義国であろうとなかろうと、内部で特定の営みが行われる社会的な空間です。

ですから建築に関しては、安全や景観を確保するための建築基準法や、いろんな法律や条例があります。

つまり内部で何をするかということはもちろん重要ですけども、それと同時に、内と外との関係のありよう、それが外からどう見えるか、どんな影響を与えるかということがとても重要だということです。

つまり空間には、大きな空間や小さな空間。固い空間や柔らかい空間、目に見える空間や見えない空間などがありますけれども、根本は同じで、それぞれ内と外との関係から成り立っています。

そしてその関係のありようは、さまざまですけれども、外と隔てられた空間の大きさや、内と外との境のつくられ方によって大きく変わります。

ですから私は、仕事で建築空間を創る時には、空間のなかでの営みのありようはもちろん一生懸命考えますけれども、同時に、外との関係についても、あるいはそのあるべきありよう、といったことについても、同じように一生懸命考えます。

そうしないと、つくった空間が愛されなかったり、そこでの営みそのものが、うまくいかなかったりするからです。

そこで、この温泉フォーラムという一つの空間を、私の仕事である、広い意味での空間創りという視点から考えますと、いろいろと感ずることがあります。

それをこれからお話ししようと思います。それはもしかしたら、みなさんがこれから、ご自分の仕事の現場や地域や、温泉フォーラムを活用していく上で、もしかしたら、何らかのヒントになるのではないかと思うからです。

話のタイトルの中の、『個人』『仲間』『共同体や行政』という言葉ですけれども、これらは、それぞれ性質の異なる空間です。性質が異なる空間だということは、つまり、それぞれ創り方が、自ずと違うということなのです。

空間づくりで最も大切なことの一つは、まず、『スケール』ということなのです。百坪の土地に、五百坪の家は建ちませんし、社員が十人の会社で、一千億のスケールのプロジェクトを考えたり立ち上げたりするのは、かなり難しいです。

もう一つ、空間創りにおいて大切なことは、関る人が、創りたいと心から思う空間を創るということです。人間は嫌なことだと頑張れません。頑張ってもそれで何かができるというわけではありません。

ども、頑張れなければ、出来るものも出来ません。

それと同じような意味ですけども、人は美しいもの、美しいことが好きです。あるいは美しいと思われることが大好きです。これは何も女の人ばかりではありません。誰だってそうです。人間というのはそういうものだと思っています。

人が頑張れるのは、そのことに意味があると思えたり、美しいと思えたりすることです。

ですから、多くの人が関ることになる空間づくりにおいては、まずは関る人が、心からそう想えるように、プロジェクトを設計しなくてはなりません。そういう設計をしないで無理して始めるのは無謀ですし、人を巻き込んで行けません。

つまり、これが空間づくりのもう一つの重要なポイントです。個人的なプロジェクトであろうと、国家的なプロジェクトであろうと、空間づくりには、どうしても多くの人が関り、多くの人に影響を与えますから、逆にいうと、失敗は許されません。

プロジェクトをやった結果、対象空間とそれを取り巻く環境、つまり内と外、そしてその関係が良くなっている必要があります。もし悪くなるのであれば、やる甲斐がありません。つくりあげた結果が、まわりから見ても美しいものでなくてはなりません。

結果的に、よくやったと周りから言われるようなものになることがいちばんです。というのは、空間創造とは現実的には、現状に変化をもたらす仕事だからです。空間創造でもプロジェクトでも、やれば必ずそこに変化が起きます。

こう考えますと、『温泉フォーラム』の方々が、個人として、あるいは仲間として、何かを主体的に変えていこうと思う時は、どんなプロジェクトでも同じですけども、まずは関る人が、何をどうかえていくのかを明解に把握する必要があります。

つまりこうなつて欲しいと、プロジェクトを推進する人たちが思い描く、あるべき空間やそこでの営みのことを、誰よりもまず、自分たちが知らなくてはなりません。

つまり、プロジェクトの結果、こうなっているはずだと思う空間とそこへの道筋や、方法を設計しなくてはなりません。

空間プロジェクトというのは、やって見なきゃわからないというのではあまりにも危険です。頑張ったけど上手くいかなかったでは悲しいわけです。

私が言うヴィジョンやその設計、ヴィジョンを現実化するための方法やコンセプトやプロセスの重要性というのは、そういうことです。

そのとき、先ほど申しあげましたように、個人的なこと仲間的な
と、共同体や行政的なことでは自ずとスケールが異なります。スケール
が異なれば自ずとヴィジョンやコンセプトや目的のありようや、内と
外とのありようの設計方法も違ってきます。

どう違うのかということ、簡単に言いますと、先ほど、空間には
内と外があると言いましたけれども、まず、変えようとする空間のス
ケールが大きくなればなるほど、内と外との関係の重要性が高まりま
す。たがいに影響しあうことが、それだけ大きくなるわけですから当
然ですよ。ですからそれだけ深く大きく物事を考えることが必要に
なってきます。

これは個人住宅を建てる場合と、たとえば地域全体を変えようとす
る場合をイメージしていただければ、わかりやすいと思います。個人
住宅では、よっぽど変なことをしなければ、周りにそんなに迷惑はか
かりません。家のなかでどんな暮らしをしようと、あるいは多少変な
形の家を建てようと、基本的には自由です。

つまり、法律などの大きな枠によって、個人としてしてはいけない
ことは、ある程度決まっていますから、ゴミ屋敷みたいに、周りに迷
惑を与えることがなければ、外部をそれほど気にしなくてもいいとい
うことになります。

ですからその場合は、自分が何をどうしたいか、空間の内にどうい
う営みをつくりたいかということが、空間設計上の、最大のテーマに
なります。

ところが、ある地域空間を構想したり設計したりする場合には、プ
ロジェクトを行なった結果、対象地域空間の内部、つまりその地域に
住んでいる人々の暮らしや仕組や景観が変わることを意味します。

自ずと、その地域を包み込んでいる広域地域空間との関係が変化し
ます。内部の仕組の変更なども、まわりの地域社会とのかねあいに変
化をもたらします。

これが国家的なこととか、行政上のこととすと、これはもう制度そ
のものの、生活のルールそのもの変更ですから、あたりまえですけれど
も、何がどう変わるのかということが極めて重要になってきます。

この場合の内部は、国全体、あるいは法律などが包み込む空間全体
ということになります。

この場合、それでは外部とは何かといいますと、それは国家であれ
ば、そうすることによってできるであろう、今とは異なる新たな国家
空間、それと世界との関係ということになります。

たとえ同じ場所に住んでいたとしても、国の制度が変わるとい
うことは、厳密にいうと、その分だけ、これまでとは違う国に住むこと

なるということになります。大きな問題であれば世界との関係もかわることになります。つまり変わった結果としての空間、新たな国家は、現在から見れば、外にある空間です。

憲法や法律を変えれば、国家の形や暮らしのかたちや、外国との関係が自ずと変わりますから、国と関係することや行政と関係することなどは、個々人の暮らしが、新たな国家との関係のなかで、何がどう変わるかということを考えることが極めて重要になってきます。

地方自治体の場合も似ていますけれども、この場合の内部は、たとえば東京都や京都府や金沢とか加賀市とか、そこに住む住人であったり、そこでのルールであったりします。

外というのはもちろん、それを大きく包んでいる法律や税制なども含めた国家空間が最も重要な外部ということになります。

ほかの都市との交通とか、経済を成り立たせている仕組なども、内部と外部との関係を構成する重要な要素、つまりデザイン対象になります。

要するに、空間に変化を起そうとする時には、対象とする空間のスケールによって、デザインの方法とかアプローチの仕方が自ずと変わります。そんなことは、当たり前じゃないかと思われるでしょう。

ところが不思議なことに、実際のプロジェクトでは、このあたりがごちゃごちゃになっていることがよくあります。

地域空間創造を、自宅を建てるのと同じような個人的な価値観に当てはめてみたり、国家の仕組のことを個人的な好き嫌いや思想で考えたりするような政治家もしばしばいます。

企業や国家のプロジェクトなどでも、いろんなことを混同してしまつて、そのへんのが良く見えないまま走り始めて、でも、とにかく始めたからにはそのままやろうじゃないかと言つて、大きな空間創造プロジェクトはだいたい途中で止められませんから、頑張つて続けるということがよくあります。

何かをするということは、その分だけ、現在はない何かを創り出す、あるいは今とは違う営みを創り出すということですから、そこには自ずと変化が起きます。

逆に言いますと、空間創造の立場から見れば、もし何も変化が起きなかつたら、それは何もしなかつたのと同じということになります。変化を起すために何かをやるわけですし、できればそこでの変化は、良い変化であつて欲しいと、誰だつて思います。

でも重要なのは、その変化の良い悪いの感覚というか、価値基準が、内と外では、違うということがよく起きます。そのギャップを、あら

はじめ把握しておかないと、空間創造プロジェクトというのはうまく行きません。

これまでのところを少し整頓します。

まず、空間というのは内と外が分かれていて、その関係の中にあるということなのです。

それから空間創造という仕事は、対象とするスケールによってやり方が変わる、そしてスケールが大きな空間ほど、内と外との関係が重要になるということです。

さらに、空間創造というのは現状を変えたいという仕事ですから、プロジェクトを推進する主体が、本当にそうしたいと願い、そうすることには意味があるし、その変化は内にとつても外にとつても良い何かをもたらすはずだという確信をもっている必要があるということです。

つまりプロジェクトの結果、みんながハッピーになる、少なくともそれを目指さなくてはいけないということです。

これが私の考える、最も基本的な空間づくりの方程式です。

ですからこのことを、みなさんの頭の片隅に置いていただいて、これから私が、空間づくりの具体的な例としてお話することを、聴いていただければと思います。

まず、一つの解りやすい例として、悪いプロジェクトの例をあげます。みなさま良くご存じの、オリンピックのための新国立競技場建設プロジェクトです。

このプロジェクトは、なにしろオリンピックのメイン会場となる国立競技場の建設ですから、極めて大きなスケールです。

ですから先ほどの方程式に当てはめると、競技場それ自体を良くすることと同時に、外との関係を最大限に考えなくてはいけません。

この場合の関係というのは、景観や周りから見た美観などもそうですけれども、同時に、これをつくる側としての建設主体という内部と、周りの住民や国民、あるいは外部から関わる全ての人との関係ということになります。

要するに、オリンピックという国家事業を象徴する空間創造プロジェクトですから、この空間をとりまく外部には、それを見守る国民や世界の人々、それを使ったりするアスリートたちももちろん入ります。

そしてあの場所には、もともと一九六四年のオリンピックの、日本人の記憶に残る会場がありました。それを変更するプロジェクトですから、なんととしても、それより良くなるなくちゃいけません。それが大きなテーマです。

ところが、あのプロジェクトでは当初、プロジェクトを推進する側

に、どうもそういう自覚がありませんでした。

実は今もないように見えます。プロジェクトそのものに意味があるか、施設も環境もより美しくなるかとかと以前に、まず、八万人収容とか、何年までとか、ビップ席をたくさんつくれとか、音楽コンサートをやるために天井は閉じられるようにしろか、さらには、コンペで誰が選ばれたとしても、それとは切り離して実施設計を日本のゼネコンがやるよとか、コンペの条件などを見ると、すべて内側の理屈ばかりで、ほとんど外を無視していました。

しかし、推進主体の願望や事情はともかく、あの場所は、神宮外苑というところですよ。

みなさんご存知のように、明治神宮というのは、亡くなられた明治天皇と皇太后を奉るために、国民の勤労奉仕や寄進によって新たにつくられた鎮守の森です。神宮外苑は、その森に隣接して、昔の日本の里山のように森と民家との間、つまり鎮守の森と都市との間に設けられた緩衝地帯としての公園ですよ。

ですからそこには、西欧の文化を取り入れて近代化を推進した明治の精神の象徴として絵画館が設けられていますし、日本が敗戦から立ち直った証を示すために、世界に向けたオリンピックの象徴としての国立競技場が、あの場所につくられました。

しかも明治神宮は、今はまるで太古からの森のようですよけれども、じつは百年前は、ただの原っぱでした。

そこに、実に見事な、まるで森と共に生きてきた日本人の知恵の結晶のように、一流の学者や庭師を集めて、百年後、二百年後に、自然林となるように、そしてそこが、木や植物や虫や鳥などの、命の輪廻が繰り返される場所になるようにという、壮大なヴィジョンのもとに、緻密に計画されてつくり出された人工の自然林ですよ。

神宮外苑は、それを護るためにある都市的緩衝空間ですよ。

つまり、新たにつくる競技場は、単に前の競技場が古くなったから建て替えるというような短絡的な事情からではなくて、まずはそういう歴史や、協力してくれた全国の人々や、木を寄付してくれた人の気持や、壮大なヴィジョンを描いた人や、それを護り育ててきた人々の努力や、それによつて潤ってきた人々や、自然と共存するという古来からの日本の文化的風土から生まれた知恵などに包まれている場所に建つという、そういう関係を最大限に大切にしなければならぬはずですよ。

そのためには、まずは、面積だの何だのという、具体的な建築条件だけではなくて、今述べたようなことを、つまりあの場所を取り巻く

環境を含めた歴史的文化的背景を、あらかじめ設計与件の中に、世界に開かれたコンペだったのですから、外国人にもわかるように、きちんと入れておくべきでした。

逆にいえば、あのコンペは非常に参加資格が高かったですから、あのコンペの参加資格をもつ建築家というのは、そういうことが示されれば示されるほど力を発揮する能力を秘めたレベルの人たちのはずです。

つまり何のために何を建てるかという建設意図やその背景を、明示すべきでした。

さらに問題だったのは、そうして世界中から、超一流の建築家を相手にコンペを行なったのですから、参加して、それぞれ意図を汲み取って設計してくれた建築家たちの、知恵や工夫やプランやアイデアに対して、最大限の敬意を払うべきでした。

それが世界的なコンペというものの、世界的な常識です。そのためにもこそ建設意図があり条件があり、受賞者の選定というプロセスがあるわけです。

大震災のあと、世界的な建築家もたくさんいる日本がどんなものを、国家を象徴する建造物としてつくるのだろうかということを、その成り行きを、世界が注目していますからおさらです。

あのコンペでは、客観的には、そういう基本中の基本が、極めて内向きの事情や理屈によってことごとく無視されてしまいました。

コンペのありようも、指名コンペでも良かったし、日本人に限定しても、外国人に限定しても、その主旨がハッキリしていきえすれば、世界は理解してくれます。それがコンペというものです。主旨を実現するための最良の方法を設計し提示すると言うことです。

また施工も、意図や条件が明解であれば、日本のゼネコンはどこでも実現する技術は持っていますし、あのクラスの建築家はみんな、予算に合わせる力も持っています。

ところが、細かなことは言いませんけれども、あのプロジェクトでは、あらゆる面で、国民を含めた外との関係を、どんどん悪くし続けました。

政府が白紙に戻すと言って、今度は設計施工という、コンペとは言えないような方法でやり直しました。とってつけたように、木を使うようにという条件も付けましたけれども、これはもう世界的なコンペということでは、まったくお粗末です。あれでは、白紙にはなりようがありません。

白紙にするというのは、たとえば、あの場所に巨大な競技場をつくるのもうやめて、神宮外苑らしく未来を見据えて公園として整備することにしましたというようなことです。

今、ザハ・ハデイド氏が怒っていて、なんとか裏でなだめようとしておりますけれども、その舞台裏の手法自体も、内と外との関係の大切さが分かっている証拠です。

最初のコンペに落ちた人たちの熱意も知恵も工夫も労力も提案も、報われないままです。これはマスタープランというものを、単なる絵のようにしか思っていない証拠です。

あれでは世界中の建築家も構造家も空間プロデューサーも、呆れて物が言えません。建築建設に関する日本の信頼は、大いに傷つきました。少なくとも前のオリンピックの時に、国立競技場や代々木のオリンピックプールや武道館など、建築史に残る建築を生み出した国がやることとは思えません。

どこに問題があったかは明らかです。国家的なスケールの建築をつくるには、建設主体、つまりプロジェクトを推進する人たちが、空間創造のイロハと世界的な常識を、あまりにも分っていないかったということです。

イロハとはつまり、繰り返しになりますけれども、スケールの把握と、それに応じた内と外との関係の把握が、まるで出来ておらず、それに関わるみんなが頑張るような、そして出来たものが、夢を感じさせるような、使う人や、設計する人や、東京都や国民から愛されるものにするという視点と意思が、建設主体側に、致命的なまでに欠落していたということです。

実はあのコンペのときに、私の友人で、一緒に銀座の資生堂ビルを創った、世界的な建築家のリカルド・ボフィルから、私に電話がかかってきました。

日本サイドから、コンペに参加して下さいという連絡が来たらしくて、ただ、ちよつと良く分からないので、ちゃんと調べて欲しいと言われました。

そこで募集要項を読んだり、いろんな事情に詳しい友人に聞いたりしました。そこで私が出した結論は、判断の理由についての細かなことは省きますけれども、なにより、このスケールの建築空間創造プロジェクトのためのコンペの体をなしていないということでした。

そこでリカルド・ボフィルには、「このコンペは、建築を求めているように見える。近い内に行われるオリンピック誘致のための派手で目立つ絵を求めている、この規模のものとしては異常に短い設計期間も、それに間に合わせるためのように見える。だから、これはどうみても、私たちが関るべきコンペではないと思う」と言いました。

そうかということ、リカルド・ボフィルは、参加しませんでした。

実は私は、どんなプロジェクトでも、初期段階が最も重要だと思っています。

プロジェクト主体が誰であり、どんなものを何のために、いつまでにどこにどうやって創るのか、そしてそれは人間や都市の何に寄与するのか、というようなこと。つまり、どこからどこにむかって何のために、ということ、走り始める前に考えるということ、です。

そうしないと危険だということ、です。

どうしてかといいますと、空間建設プロジェクトは走り出したらかなな止まりませんし、止まったりやり直したりしては大変な損失が出るからです。

ですから効率良く、まっすぐに目的に向かうには、始めが肝心だということ、です。

国立競技場はその不備が如実に表れてしまった不幸で悲しいプロジェクトです。これを今から乗り越えるのは、なんとか乗り越えて欲しいですけれども、とても大変です。今の体制では無理かもしれません。

あの騒動の時、ある友人から、「あの国立競技場のドタバタ騒ぎだけど、どうしてあんなことが起きたのかということが、君が二〇〇八年に書いた空間構想事始の二八項目目に、ぼつちり書いてあるね」と言われました。そこで、あらためて読み返して見ますと、自分でもうのも変ですが、そうだよなあと、思いました。そんなわけで、この本の二二八項目の「プロジェクト設計」のところを読んでみます。

空間創造プロジェクトにおいては

途中でやり直したり頓挫したりすることは

さまざまな問題を発生させるばかりか、大きな損失を伴うので

創造的解析のあと、空間創造のための本格的な作業を開始する前に

もういちど、プロジェクトの概要や基本的な骨組みを

目的と照らし合わせるかたちでフィードバックし、

その上で実行段階としての

プロジェクトの枠組みや基本条件や

プロジェクトの与件をフィックスする

プロジェクト設計という作業段階を設けることが望ましいと思われ

なぜなら解析の結果、本来の目的の達成のためには

空間創造プロジェクトよりも、むしろ

別のかたちのプロジェクトの方が良いと判断せざるを得ない場合や

同じ空間創造であっても、対象建築の規模や用途や時期などを

変更した方がよいと思われる場合もあり得るからです

そうした検証を行ったうえで、あらためてプロジェクトの全体像を具体的に構成することになりますが、そのときに必要なのは主に

どれくらい予算を投じ、どこに何をいつまでに実現するか
そしてそのための体制をどうやって維持するか

そしてその実現は、誰にどのような利益をもたらし得るのかといった
プロジェクトそのものの意味と位置づけ、そして

それを実現し稼働させるための仕組の現実性やその確保であつて
目指す空間の実際の形などではありません

つまり、空間プロジェクトにおける推進主体の基本的な役割は
プロジェクトそのものを牽引し、支え

出来上がった空間を社会的な場所として機能させることにあり

それに対する信頼性を欠く、自覚的な意志を持たないプロジェクト
すなわちプロジェクト設計がなされていないプロジェクトは

不用意のまま航海に出る船のようなものであり
出発時点ですでに、大きな危険を孕むものといえるでしょう

この本は、東京銀座資生堂ビルのプロジェクトの後で、ある出版社の社長が、私がどんな考えに基づいて、どんな方法であのビルを創つたのかを、書き遺しておくべきです、と言われて書いた本です。

ですから本の中には資生堂の名前はまったく出てきませんけれども、プロセスや仕事の配分などは、資生堂プロジェクトそのままのことが書いてあります。

私は建築に限らず、先ほど言いましたように、プロジェクトでは初期段階が極めて大切だと思っています。具体的にはまず、『クリエイティブ・アナリシス……創造的解析』と私は呼んでいますけれども、プロジェクトを支えるグラウンドや背景や現実や可能性や問題点などを、クリエイティブな視点で分析する必要があると思っています。

その次に、『プロジェクト設計』と私は言っていますけれども、どのようなプロジェクトにすべきかをあらためて、スタートする前に、クライアントと共にチームで考える必要があると思っています。

私の肩書きのヴィジョンアーキテクトというのは、クライアントの夢の実現に、そのプロジェクトのパートナーとして参加するということですので、ここまでは基本的にクライアント、それも最終決定権をもっておられる方と一緒にやります。

それから、プロジェクトに相応しいヴィジョンやコンセプトやシステムやプログラムを設計します。ここまでは基本的にどんなプロジェクトでも同じです。

建築の場合は、ここで具体的な、いわゆる設計与件のようなものをつくりません。つまり一般的には建築家というのは、施主から条件を提示されてそれに基づいて空間設計をするのですが、私の場合は、それ以前の最も重要な部分も、クライアントと一緒にこなうということが違います。

それからようやく、建築の場合はマスタープラン、プロジェクトの場合は具体的なプログラムを創ります。

その段階までに、この仕事で、何のためにどこに向かうのかということなどが、ほとんどハッキリ見えてきます。本当のところをいうと、それが見えていなければ、設計なんてできるはずがないし、プロジェクトのなかで、誰も頑張れません。

その作業のなかで、私はプロジェクトを通してずっと、内と外とを常に考えるようにしています。

どうしてかといいますと、プロジェクト主体というのは、どちらかというと全てを内からの論理で考えがちだからです。でも、プロジェクトがみんなから愛される結果に結実するかどうかは、何度も言いますが、内と外との関係のありようのつくり方にかかっています。

そのことを、具体的に私が携わった建築空間とお話します。建築の細かなこととお話しはじめるときがありませので、ここでは、空間にとつての内と外ということに絞ってお話します。

これは銀座の八丁目にある「東京銀座資生堂ビル」という正式名称を持つ建築です。私はこの建設プロジェクトに、ヴィジョンアーキテクトとして、また特別設計チームの総合ディレクター兼建築家として、五年間かかわりました。

これ以前にも、資生堂のトップの方々と、経営戦略プロジェクトとか、幹部人材育成プロジェクトとか、いろいろやらせていただいて、資生堂とは何をミッションとする会社なのか、どうして百何十年も続いてやって来れたのか、これからさらに百年二百年素晴らしい会社であり続けるためにはどうすればいいかというようなことを、いろいろ考えてきましたけれども、このプロジェクトが始まってからは、ほぼこれに集中して、それこそ創造的解析からヴィジョン創造から現場管理に至るまで、全てに関りました。

この建築空間にとつての内は、もちろん資生堂です。

創業百数十年の歴史を持つ資生堂の創業の地に建つ建築ですから、この建築は、資生堂の歴史や文化や美意識や未来観の象徴でなくてはなりませんし、美をミッションとする会社ですから、建築それ自体も美しくなくてはいけません。

また同じように長い歴史を持つ『資生堂ギャラリー』『資生堂パーラー』も入りますから、それを尊重すると同時に、新たな何かの発進基地としての役割も担わなくてははいけません。

しかし同時に、この建築は、いわゆる銀座の八丁目に建つ建築として、銀座のシンボルの一つとしての役割を担わなくてははいけません。

資生堂は和光と並んで銀座の商工会議所のリーダーですから、建築の外部であるはずの銀座は資生堂にとっては内部でもあつて、資生堂と銀座とは切つても切れない関係にあります。

つまりこの建築にとつて銀座は、外でありながら内でもあるという関係を持っています。

しかも銀座は、日本を象徴する商業地の一つで、全国的にも世界的にも最も知られていますから、この建築にとつての外は、東京であり日本全国であり世界だということになります。

つまりそれに相応しい建築でなくてははいけません。この建築の名前が、『東京銀座資生堂ビル』となつているのはそのためです。

さらに、二〇〇一年に竣工したこの建築は、日本政府と中央区が、銀座をさらに活性化させるために、銀座の中央通りを中心とする地区を指定して行なつた、この地区に限つて容積率を八〇〇%から一一〇%にするという規制緩和特別措置の適用対象となつた第一号建築でした。そのかわりに様々な付帯条件が付いていました。ちよつと図を書きながらごくごく簡単に説明いたします。

これは具体的には、壁面後退を一五〇センチ行うとか、高さ制限駐車場を設置しなくてはいけないとか。実にいろいろありました。けれども、しかしこれらを守ると、実に大変なことになることが私たちの調査で分かりました。

ここが資生堂で、対象地区はこの部分ですけれども、ご存知のように銀座は小さな路がいっぱいあつて、それぞれの建築の敷地も極めて小さいです。ですから、まず舗道から一五〇センチも壁面を後退させますと、建築を立てられる面積が減つてしまいます。

おまけに昔に比べれば地震対策とか、避難階段とか、いろいろと安全上の条件も厳しくなっていますから、小さな建築でそれを満たすのは大変です。土地一升錢一升の場所で、それは極めて苦しいです。

もちろん安全上のことは当然やりますけれども、そのうえ駐車場を設置するということになれば、もともと敷地が小さいのですからもう地下はほとんど使えません。一階は、その入り口みたいなことになつてしまいます。

また銀座はそれまで、高度制限が三一メートルで八〇〇%の容積率

でしたから、大雑把にいうと、一階あたり約四メートル弱で、八階建での建築が立てられたということです。

もちろん床の厚さとか、それを支える梁とか、設備などを内蔵する天井の懐とかも必要ですから、それに一メートルとかそれ以上必要だとすれば、各階の天井の高さは、三メートル以下ということになります。それだと住宅とほとんど変わりませんから、通りに面した一階の天井高を高くしますと、その分、上の方の階にしわ寄せが来て、上の方では天井が低くなってしまいます。

ですから、銀座通りのビルのほとんどは、主に一階とか二階の下層階が使われていて、上の方は、実際には、倉庫とかになっていて、有効に使われていませんでした。

ところが、容積率を一一〇〇%にするにあたって、それと同じような階高を積み上げて高度制限が設けられました。しかし、昔より厳しい地震対策とかいろいろありますから、それでは、緩和前よりも、天井高の低い建築になってしまいます。

建築空間の豊かさ貧しさは天井高と非常に大きく関係しますから、そうすると、新しく建てる建築の空間は、建て替える前の空間より、基本的に貧しくなってしまう。

一階とかを豊かにすれば、上の方はもう、とんでもないことになってしまいます。おまけに壁面後退をして駐車場を設置したら、もう豊かな空間どころか、商売ができなくなってしまう。

それで、新しい制度で建て替えメリットがでるところがどれくらいあるだろうか、勝手に調査してみましたところ、建て替えても、まあ損にならないビルというのは二割にも満たないことが分かりました。

大きなデパートとかはともかく、昔から旦那さんたちが頑張つてやっている老舗の小さな店なんかは、軒並み大損です。

これでは誰も建て替えなくなります。そうすると、ただでさえ老朽化しているのに、さらに老朽化が進んで、でも建て替えるわけにもいかないという現実が、二、三十年後には一気にやってきます。

でも頭のいいお役人が、どうしてそんな条件を考えたかというところ、理由は明らかです。

新宿とか、中央区で言えば月島あたりの、小さな家が建ち並んでいた場所でやったように、敷地をまとめて大きくして、大きな建築を建てさせようということです。制度を変えろというのは、そういう方向性を行政が選択したということです。

しかし銀座というのは、みなさんご存知のように、中央通り以外に、花椿通りとか、みゆき通りとか、金春通りとか並木通りとか、個性的

な路がたくさんあって、そこにひしめき合って建っている小さなビルの中に、お寿司屋さんとか老舗レストランとかバーや画廊なんかがびっしり入っていて、銀ぶらという言葉があるように、そういうところを歩いてぶらぶらしたり、はしごをしたり、いろんなことを発見したりするのが面白いわけです。それが銀座の魅力です。

ですから私は、こんな条件が制定されてしまったら、誰もビルを建て替えられなくて、何十年か後には銀座は廃虚になっちゃいますよ、という説明をしました。

だいいちヨーロッパの都市がこぞって街の中心から自動車を追いやっているような時代に、駐車場を義務づけるとは何事でしょう。銀座という街は、歩いてこそ面白いのに、ここにきて車を優遇するのは時代遅れもはなはだしいと言いました。

もちろん相手はお役所ですから、しかもいろいろあって決まったことですから、頑として譲りません。当たり前です。

仕方がないので、これまた勝手に、これから銀座がますます豊かになるための最低条件は何かということを考えて、一つのモデルをつくりました。そのモデルでは、一階と十一階の天井高は六メートルで、四メートルの天井高の階もあって、全部で五四メートルの高さになりました。小さな床面積の空間を豊かに感じさせるためには、どうしてもそれくらい必要です。

細かなことをいいますとキリがありませんので省きますけれども、ワガママをいうばかりではなくて、駐車場はまとめて数寄屋橋の地下に必要台数分借りますから、駐車場はなしにして下さい、そのかわり、銀座全体の環境を考えて、地下と低層階はパブリック空間にします。

銀座には広場がありませんから、一階は銀ぶらをする人が休んだり待ち合わせをする、街の憩いの場にします。地下には無料のギャラリーを設置します。見た目は二階に見える三階は、銀座からどんどん消えていっている憩いの場、カフェにします。

とにかくパブリックに寄与することを低層階でやりますということ、いろいろなやりあいました。

それで結局、着工が一年遅れました。あたりまえです。お上が決めたことに逆らっているわけですから、そんなもの認めてくれるわけがありません。

でもあのような場所で着工が一年も遅れるというのは大変なことですし、施主が資生堂でなかったら、問答無用だったでしょう。

役員の中には、お上に逆らっても無駄だから言われた通りの条件でやろうよ、という意見もあったのですが、当時の福原会長が毅然として頑張って下さいまして、私たちが、これからさき銀座が廃虚になっ

てさびれちゃったりしたら困りますよね、とか、情に訴えたり理詰めで説明したりしました。

大切なのは、それが資生堂のビルを豊かにするためであると同時に、未来の銀座を豊かにするため、つまり内と外を豊かにするという、信念と理由に基づいていたということです。それが非常に重要です。

それでいろいろありまして、結局、一年後に中央区が、君たちの言うことは分った。確かにそれをもっともだと認めてくれまして、私たちのモデルをそのまま条例化して下さいました。

それで私たちが創ったモデルのまま建っているのが現在の東京銀座資生堂ビルです。それ以後、エルメスとかたくさんのビルが建ちましたけれども、みんなこの条件の下に建てられています。

それにしても、行政が私たちの言い分を認めてくれたものだと思います。そして資生堂も、竣工の遅れを良く我慢してくれたと想います。

ただ、これは私たちのモデル案が、資生堂の都合や、建築家としての私たちの美意識からだけではなく、あくまでも銀座全体のことを考えた案だったからこそ、行政も納得したのだと思います。

後でもう一度言いますけれども、これはとても重要なことです。行政の役割というのは、誰か特定の人のためではなく、みんなのためになることを行なうことにあるからです。この基本が意外と大事です。

ですから、筋が通れば、とありますが、私利私欲ではないヴィジョンとコンセプトと明解な価値観があれば、お役所というのは、もともと市民のためにあるわけですから、話しあう余地は、十二分にあるという事です。

いつのころからか、私はあの建築を銀座の灯台にするんだ、といい始めました。それは建築の形状がちょっとそんな感じだからということもありますけれども、それと同時に、銀座の未来を指し示すモデルとなるんだという気持が込められています。

もう一つ、私が関わったプロジェクトを紹介します。川崎のラゾーナ・カワサキ・プラザです。

資生堂の場合は、私がチームの総合ディレクターになって、リカルド・ボフィルと彼のパートナー建築家のジャン・ピエール・カリニョーが、私のチームに参加するという、世界的な建築家が入るプロジェクトとしては極めて特殊なスタイルをとりましたが、カワサキの場合は、私はボフィルチームの一員として、また山下設計のアドバイザーとして参加しました。

このプロジェクトの場合の内というのは、敷地としては、東芝の初

代の大工場があった広大な工場跡地で、そこに巨大な複合商業施設を建てるというプロジェクトです。

建設主体はもちろん東芝ですけれども、東芝は空間運営のノウハウがありませんから、そのことの全権を三井不動産に委託しました。

それでコンペがありまして、結果的に、私たちと山下設計の共同チームが勝って、空間創造を行いました。

つまり組織的には、東芝、三井、山下設計、リカルド・ボフィル・タジェール・デ・アルキテクトゥーラ with 谷口江里也、という四者がプロジェクトの中にいる構造です。施工段階では清水建設がそれに加わりました。

東芝は創業の地をなんとか有効利用したいと考え、三井がそれをショッピングセンターにするということでコンペが行われたました。これを成功させることが内部的な目的です。

コンペにはアメリカやイギリスの有名な建築なども参加して、いくつかの案の中から、私たちの案が選ばれたという経緯です。

この場合の外というのは、まずは川崎の北側、川崎駅の西口周辺と、それをとりまく地域です。

川崎は、東口のほうにはいろんな施設などがありましたけれども、西側には、どこまでも住宅街が広がるばかりで、商業的なものは特には何もない状態でした。

ですから、三井にとつての外、つまり商業施設を成り立たせる領域は背後に広がる住宅街でした。

東芝にとつては、それは若干ニュアンスが違って、商業的に成り立たないと困りますけれども、同時に、そこにはかつての東芝の社員の住宅もたくさんありますから、彼らが喜んでくれるものを創りたいという気持がありました。

ただの金もうけのための施設だと想われたくはないなという気持を感じました。創業の地というのはそういうものでしょう。それが東芝が意識していた外です。

しかし川崎というのは、ラゾーナの出現によってずいぶん変わりましたけれども、その頃は東京と横浜の間にある猥雑で古びた魅力のないう街というイメージで、市長さんなども、川崎のマイナスのイメージをなんとか払拭していただきたいというようなことをおっしゃっていました。つまりマイナスを、これによってなんとかプラマイゼロくらいには持つていきたいということなんです。

しかし私とリカルド・ドボフィルにとつての外、つまりこの巨大な施設を成立させる領域のとらえ方は、まったく違っていました。

まず、この場所を現状の川崎という既存のイメージでとらえずに、シチュエーションというか立地条件を見れば、これは東京という、神奈川、埼玉、千葉にまで広がる大東京圏、すなわちメガポリス東京の、一つの新たな中心になり得る場所だと考えました。

そして同時に、背後に広がる住宅街に住む人々に、単なる住宅街ではない都市性を与える、街のシンボルという、二つの中心性が、極めて重要だと考えました。

しかも、当時はまだ国際空港的な機能はほとんどありませんでしたけれども、羽田がすぐそばにありました。

これはメガポリス東京のことを考えれば、遠からず国際化するだろうとも思っていましたから、場合によっては、世界に向けた東芝の、新たな中心としても成立し得ると考えて、頼まれてもいないのに、ラゾーナと隣接した大きな空地に、東芝の世界センターをイメージしたタワー建築をマスタープランの中にさりげなく描き込みました。

つまり三つの外の中心にしようとしたわけです。

残念ながら東芝の不動産部は、この世界戦略性が理解できなかったというか、ラゾーナのことで頭が一杯だったので、タワーにうつつつけの大きな方形の素晴らしい土地を、どこかに売ってお金に変えてしまいました。残念でした。

それはともかく、問題は、私たちと、三井とでは、内と外との関係のとらえ方がまったく違っていたということです。背後の住宅地の需要を満たすショッピングセンターと考えるか、私たちのように考えるかでは、内部やつくり方がまったく変わってきます。

述べ床面積が一七ヘクタールもある巨大な施設の内側についても、実は私たちと三井とで意見が分かれました。

彼らはそこをあくまでも郊外型のショッピングセンターと考えていましたけれども、私たちは、川崎と東京圏のシンボルとしての新しい街つくりと考えていました。

駅に直結して大きな広場があるのはそのためです。プロジェクトの内部の意思にズレがあると、そこからしばしば問題が生じますが、この時もそれですいぶん苦労しました。

動線にしても、三井には『ららぽーと』などで培ってきた独特のノウハウと、それに基づく独自の動線、つまり人の誘導の仕方に対する考え方があります。

ショッピングセンターの動線は一般に複雑ですけれども、私たちは、このような、街にも匹敵する大きさの巨大な施設では、自分がどこにいるのか分からなくなるほど不安なことはないので、動線は明解にすることを主張しました。

また、全ての施設が広場を取り巻いてほぼ均等に配置し、そして全体を、一つの大きな家のように護る大きな屋根を設けました。

つまり、ショッピングセンターというのは一般には売り場の集まりですけれども、私たちは一個の小さな街のような、一体感のある建築空間をつくらうと思ったわけです。

最初の案から見れば、実は、予算とかの関係もあってデザインは途中でずいぶん変わっています。あの施設は、そうは見えませんが、実はものすごくローコストで、予算的には大変で設計変更もしましたけれども、このヴェイジョンとコンセプトは動かしませんでした。

そのためにこのプロジェクトも、いろいろあつて一年中断しました。最終的には、なんとか調整して、また東芝が後押ししてくれて、現在の姿になりました。

今では三井不動産の施設の最大の売れっ子になっていて、年間三五千〇〇万人もの、日本一の来場者がある空間になりました。

つまり広く愛される空間になったということです。土日などには、なんにも産み出さないから無駄だと想われた広場では、毎週コンサートが行なわれて、若いミュージシャンたちの登竜門になっています。広場を施設が取り巻いていますから、そこに観客が入って、一万くらいが集まります。

要するに、空間創造プロジェクトでは、内と外のとらえ方やその関係、そしてそのプロジェクトによって何を実現するのかというヴェイジョンによって、プロセスや結果が大きく変わりますし、関る人の熱意も変わってきます。

ちなみに清水建設は、結構厳しいところのある会社ですけれども、資生堂ではものすごく頑張ってくれましたし、ラゾーナでも、空間に惚れ込んでくれて、安い値段で請け負って、大変な赤字を出すことがわかっていながら、材料とか、ディテールなど、空間が良くなるように、私たちの要望を、気持ちよく聞いてくれました。

さて、いよいよ本題の、『温泉フォーラム』と、そこで出来ることについて、ヴェイジョンアーキテクトの立場から考えてみますと、私は建築創造ばかりではなく、ルールを創ることも、プロジェクトを行なうことも、みんな空間づくりだと思っています。

プロジェクトというのは、今はないかもしれないけれども、明日にはあっても良いと思える何かが、自ずと育まれるような空間を創り出すことだからです。

そのとき、最初に申しましたように、空間づくりの方法やヴェイジョンのつくり方は、スケールによって違ってきます。つまり、個人的なスケールのプロジェクトと、同士が集まって行なうプロジェクト、地

域や地方自治体や行政や国家を視野に入れて行なうプロジェクトとは、ヴィジョンの立て方や方法を、意識的に変えた方がいいということです。

ヴィジョンというのは、解りやすくいうと、一種の闘いでもあるプロジェクトによつて、どこに向かうかを指し示して内部を結束させ、外からも、誰が何をしているかが良く見えるようにする、旗印のようなものです。

初めに申しましたように、プロジェクトとが大きくなればなるほど、内と外との関係は複雑になります。

ところが、面白いことに、旗印であるヴィジョンは、逆に大きくなればなるほど、プロジェクトの個性に立脚しつつも、よりシンプルなもの、言葉を換えればより本質的なもの、あるいはより普遍性のあるものにする必要があります。

そうしないとまとまりがつかなくなりますし、旗印としての力もち得ないからです。

たとえばここに、温泉宿を経営していらつしやる方がおられるとして、それを変えよう、つまりは良くしようという、個人的、あるいは家族的なプロジェクトを始める場合、新しい空間をどうするかということは、基本的には自由です。

つまり、自分がやりたいと思うこと、好きだと思えることをやるのが一番です。

空間、あるいはプロジェクトというのは結果が出ますと、その影響がかなり長い間続きます。建築を建てるのと同じです。変なものをつくっちゃったら、ずうつと我慢しなくちゃなりません。

また人間というのは、嫌なことをやると長続きしませんし、プロジェクトにはお金も労力も時間も必要ですから、プロジェクトを成功させるには、好きなことをやるのがいちばんです。まわりの人も、身内の人が嫌々やっているのを見るより、喜んでやっているのを見る方が嬉しいでしょう。ですから、とにかく好きなことを好きなようにやるのがいちばんです。

けれども、最初に言いましたように、空間というのはどんなに小さくても、外との関係の中で成り立っていますし、ましてや温泉宿のように、不特定多数の人を対象にした空間ではなおさらです。

このとき、それでは何に気をつけなければいけないかといいますと、自分の好きなことが、人間のどういう普遍的な喜びとかさなりあっているのだろうか、ということを考えてみるのが大切です。

極端な話、ゴミ屋敷みたいに個人的にゴミが好きだったとしても、それには普遍性がありません。そんなところに来て、だれも喜びま

せん。これは人間的な何かが壊れた一種の病気ですから、あたりまえですけれども、事業化は出来ません。

前回の研究会の時に、松坂先生が、イギリスの古書の街の話をされていました。誰かが、お城だったか何だったかの古い建築を利用して古本屋を始めて、それがだんだん知られてきて、いろんな古本屋が集まってきて、いまでは古本好きの人たちの聖地のようになっているという例を話されておりました。

この場合、本が好きなのはたくさんいます。また人間の文化と本とは深い関係を持っていますから、先ほど申しました普遍性と重なっています。

しかも、ロンドンでもパリでも、昔は古本屋が都心にたくさんあったのに、今はほとんど無くなってしまいました。家賃にせよ何にせよ、全てが高い都会のコストパフォーマンスには合わなくて、みんな廃業してしまいました。

ですから、風光明媚で古本がたくさんある場所というのは本好きにとっては魅力です。つまりこれは、自分の好きなことが多くの人々の喜びと重なり合っている例ですけれども、大切なのは、古本がことごとく好きな人が始めたということです。バイオニアというのは、たいがいそういうものです。

このことをもう少し言いますと、みなさん体格も顔もみんな違っているように、人間というのは、それぞれ個々の独自性を持っています。

絵を描くことが好きだったり、歌うことが好きだったり、食べることが好きだったり、人の笑顔を見るのが好きだったり、人にはそれぞれ、なぜか非常に好きなこと、逆の言い方をすると、どうしても嫌いなことがあって、これが人の個性と深く関係しあっています。

本当に好きなことというのは、基本的にその人の特異性と深く重なり合っています。

逆に言うと、ちょっとした好き嫌いのようなものは、私がいまここでお話ししているような、事業やプロジェクトを行なうさいの抛り所となりうる個性、その人に個々の好き嫌いとは関係ありません。

たとえば、何かを食べて美味しかったとか、朝ドラの女優が好きだとか、最近どうも、露天風呂がついた部屋が流行っているからやってみようかな、というようなのは、その人の個性とは、あまり関係がありません。

それは、そのときどきの情報や状況に対する反応に過ぎません。

私がここで言っている個性というのは、流行り廃れとか、三日たつ

たら忘れてしまうようなことではなくて、その人がなぜかいつも興味を持っていたり、いつのまにか何かをしていたり、考えていると、すぐにそのことをやそれに関係することに思いを巡らせているような、その人に個有の好き嫌いや嗜好、そしてそのことに気付いて、そこから自分はこういう人間なんだろうと考え、それを中心にして意識的に形成していった生き方や人格や振舞いのありようが、私の言う個性です。

ですから、たとえば天麩羅が好きなの人がいたとして、誰だっておいしい天麩羅は好きですけれども、なぜか毎日食べても飽きないくらいに好きな人がいて、全国の天麩羅を食べ歩いたり、自分でも揚げてみたり、温度や油と食材との関係を調べたり、工夫したりすることが何よりも好きな人がいたとすれば、それはそういう特異性を持った人ですから、その人がその個性や好き嫌いに基づいて、世界一おいしい天麩羅温泉宿というのをつくらうと考えたとしたら、それはプロジェクトとして成り立ちえます。

その人の個性と、天麩羅という世界中で愛されている料理の普遍性とがリンクしているからです。

そういう個性というのは、持って生まれた資質や才能ということと、もちろん大きく関係しますけれども、私が言う個性というのは、そういう生まれつきの特性と、育ち方を含めた、成長していく過程での学びや習慣や環境、それをとおして自覚して身につけるに至った、その人が個有に持つ普遍性のことです。

言い方を変えれば、生きていく中で気付いた、自分の好き嫌いの根つこのようなものを見つめて、それを育てあげて、社会という名の地上に芽を出させることができたものの、人の社会における普遍性と重なりあわせることができた特異性のことを私は個性と呼んでいます。

人はみんな違うように見えますけれども、でも根つこの方は実はそんなに違いません。人間と猿との遺伝子の違いはたったのパーセン卜くらいだと言われています。人間と猿でも、後の九十九%は同じなわけですから、ましてや人間の間では、どんなに特異に見えても、どこかで普遍性とながっています。逆にいうと、それを信じられるかどうか、その特異性を見つめ続けて、それを人間の本質と重ね合わせることができかどうか、個性の普遍性と深く関係します。

本当に何かが好きな人がいたとして、それを人間や社会の本質と重ね合わせて表現をした場合には、それを好きな人が、どこかにたくさ んいるはずです。

ですから問題は、そのことをどこまで信じられるかということと同時に、そのことを、外に向かってどう表現するかです。その意味が他

人に伝わって始めて、その人の個性的な行為が普遍性のあるものとして理解されるからです。ですから好きなことを突き詰めると同時に、それを人にわかるように表現するということが大切です。

昔、世界的な建築家のフランク・ロイド・ライトが、建築の設計というのは、五〇歳とか六〇歳にならないと、本当は出来ないんだということを言いましたけれども、一般的にはそうだろうかと、私も思います。

つまり、それくらい自分の個性ということと向き合いながら空間を考え続けないと、個性的であってかつ普遍的であるような建築はできないんじゃないかということです。

若い建築家で、ときどき勘違いして、これは大学の教え方も悪いし、日本の建築に対する常識が未熟だということも関係していますけれども、新奇な形をつくるのが建築設計だと勘違いしている人がたくさんいます。しかしそれは単なる思いつきの造形でしかありません。

建築というのは、人々が長い間それと付き合いますし、人や街や歴史や文化と関係していますから、そこで発揮される個性のようなものは、普遍性と重なりあっている必要があります。プロジェクトも同じです。

そういう個人的な表現、あるいは個人的なプロジェクトということを考える時に、かっこうのモデルがあります。このフォーラムの中心的な存在のお一人の、上口さんがお創りになった、山中温泉の『かよう亭』という素晴らしい宿のことです。

そういう宿を家業として営んでおられる偉大なパイオニアの上口さんの例を、今日は上口さんは来られないということだったので、言いたい放題しようと思っていましたら、なんと今日きてみましたら、上口さんがおられて、ご本人を前に、どうしようと思ってしまうけれども、まあ、勝手ながら参考にさせていただきます。

私は上口さんと呼ばれて『かよう亭』を体験させていただいてから、すっかりその空間性に魅せられてしまいました。

今日は空間といっても、主に内と外のことしか言いませんけれども、ただ『かよう亭』の豊かさを、上口さんに聞かれても、あえて言葉にはしてきませんでした。分析すると、実感している豊かさの広がりがあるかもしれませんが小さくなってしまうのではないかと、ちよつと思っただけです。ですからあえてこれまでは言語化してきませんでした。むしろ避けていました。

しかし今回このような機会を与えられまして、あらためて考えて見

ましたら、『かよう亭』の豊かさや普遍性は、そんなことで狭められる程度のもではなくて、知れば知るほどむしろ広がるということが分かりました。

ここには個人的な、あるいは家業的なスケールの空間プロジェクトというものを考える時の、重要かつ最良のヒントのようなものがたくさんあります。ですから、『かよう亭』について、すこしお話しさせていただきます。

加賀温泉郷には、上口さんの山中温泉のほかに、山代温泉や片山津温泉などがあります。私も加賀温泉郷の出身ですからよく分かるのですけれども、一昔前、山代温泉や片山津温泉は高度成長の波に浮かれて、どんどん規模を拡張して、馬鹿騒ぎをして下品な遊びに狂ったりしました。

その結果、いまでは片山津温泉などは惨憺たる状態になっています。総湯を中心とした湯の側という、ちよつとした中心性をもっていた私の故郷の山代温泉でも、多くの老舗旅館がつぶれました。私の友だちにも、旅館の息子や娘がたくさんいましたけれども、みんなつぶれました。

山中温泉だけが、なんとかかろうじて踏みとどまっています。

これには上口さんの『かよう亭』という、十室の、小さいけれども世界中から愛される成功モデルが存在していたことが、明らかに大きく寄与しています。問題は、それではどうして成功したのだろうか、ということなのです。

『かよう亭』の良さはいろいろありますけれども、空間的に最も特徴的なこととして、「目障りなものがないこと」、「身体的なスケールの建築空間にまもられながらも、自然や文化や歴史を含めた遠くて近い時空と何気なく触れ合える気配が漂っていること」だと、私は個人的には思っています。

もちろん料理も美味しいし、サービスも人間的ですけれども、ヴィジョンアーキテクトの目で見ると、それよりも、『かよう亭』にある柔らかな空気感や光、気配の味わいが、『かよう亭』を特別な場所にしています。

そこには、さまざまな時空につながる、あるいは物語の始まりのよなものにつながる気配が実に自然に漂っていて、それが自分のなかの何かを静かに呼び覚ましてくれるような、とても気持の良い、クリエイティブな心地よさを感じます。それは何によってもたらされているのだろうかということを今回考えてみました。

考えて見れば『かよう亭』は、加賀温泉郷がとち狂っている時代に、周りのそういう風潮に逆らって、大工さんといっしょに、上口さんが、ご自分の眼の感覚や皮膚感覚を信じて、自分が好きなように、逆にいえば、自分が嫌いなことは決してやらないようにして創り上げた空間です。

建築空間的なことでは、空間というのは内と外でできていると何度も申しあげておりますけれども、まず『かよう亭』は、目障りなものが何もない清楚な最小限の建築的しつらえで内部を柔らかく護つていきます。しかし同時に、外との縁を、できるだけ切らないようにしてつくられています。実はこれは、日本の空間づくりのなかの最も優れた方法をうまく取り入れていると、建築家の目から見るとそう見えます。

つまり内と外とが、まるで一体のものとして感じられるように創られていくということです。

『かよう亭』では、お部屋からお風呂からも、程よいスケールの自然が一望できます。目の前には、日本の山林の最良の姿ともいえるべき、多様な種類の樹木が共生する山があつて、いろんな草木が目映りますし、命の源ともいえるべき小川のせせらぎも聞こえます。川には水門があつて、それを開けたり閉めたりする錆びたハンドル、人間と自然との触れ合いの気配を示す最小限のしつらえも見えます。山の向うには広がる空や、刻々と姿を変えて流れる雲も見えます。

つまり目の前の山は、大自然の一部です。そしてそれ以外の余計なものが一切見えません。

人間は大自然から生まれましたけれども、しかし極めて弱々しい存在です。大自然のなかではほとんど無力です。ですから家を創つて、あるいは共同体をつくって生き延びてきました。

日本では山を畏れ敬い、その恵みに感謝しながら生きてきました。ですから、あるがままのワイルドな大自然というのは、それを見にくいぶんにはいいですけども、寛いでゆつくりしたい時にはちよつとツーマッチです。

ところが『かよう亭』の部屋の中から、窓を通して、目の前の林や山や空を見る人は、空間的には、実は大自然から二重に護られています。そのことが繊細な安らぎを生み出しています。

目の前の沢をつくっている山は、大きいけれども、圧倒的というわけではなくて、あえて言えば、ほど良い大自然です。

そしてその向こうに広がる大自然から、人間がいる場所を優しくまもってくれているように感じます。しかも、暖かな部屋の中からそれを見ることが出来ます。

つまりそこでは、内と外とが分けられているにも関わらず、外と縁を

切ることなく、むしろ内に取り入れて、建築の作法によって、内と外との親密な関係を創り出しています。

これは見事な、内と外との関係のありようです。さらに建築の中の中庭にも、外の自然につながる自然の気配を取り入れています。まるで外の小川の水が、中庭にまで引き込まれているかのようです。

『かよう亭』の露天風呂にも、同じ美意識が感じられます。

『かよう亭』の露天風呂は小さいです。一人で入るとゆったりしてちようどいいくらいの大きさです。私はこの露天風呂が、今まで入った露天風呂のなかで最も好きです。露天風呂というのは何も、あるがままの自然である必要なまったく無いと思います。それはそれでいいのですけれども、大切なことは、無防備な真っ裸でいながら、そのことを意識することなく、むしろそのことによって解放感を感じながら自然と向き合えるというのが露天風呂の壮快さの本質です。

『かよう亭』の露天風呂は、それをうまく形にしています。素晴らしいのは、先ほど言いました、ほど良い大自然を目のまえにした『かよう亭』の露天風呂の、前方以外の三方には壁があつて、女の人だつて人目を意識せずにゆつくりできます。しかも屋根までありますから、雨が降つても、雪が降つても、それを気にせずに、むしろそれを風情として楽しむことが出来ます。これは風雅の極みです。

それから、もつと柔らかな空間の視点で言いますと、先ほども申しましたように『かよう亭』は、加賀温泉郷が、どこもかしこもこぞつて、団体客相手の派手で下品などんちゃん騒ぎにうつつを抜かしている時に、あえてその真逆をいく美意識で、上口さんが命を賭けてつくられた宿です。

つまり、大先輩に向かって勝手なことばかり言つてまことに恐縮ですけれども、そのとき上口さんが見ていた外は、周りでもその当時の日本でもなく、もつと遙か遠いところの、世界さえも超えた、上口さんが大好きな陶淵明の詩の、桃源郷のような、時空を超えたどこかにあつていいはずだと思える、地に足がついた人の営みだったように見えます。

確かその頃、ローマクラブが、このまま大量生産大量消費を続けて、化石燃料を燃やし続けたら、人類も地球も、大変なことになるという、『成長の限界』というレポートを出しました。

上口さんもおそらく、似たような危惧を抱いたのでしょう。成長拡大宣伝虚飾効率スピードというような、近代特有の諸悪から離れて、信頼安全継続といったことを大切にしたい営みを、『かよう亭』の中だけでなく、根付かせて見たいとお考えになったのではないかと、勝手

ながら想います。

その信念たるや、そしてそれを実現させた胆力には敬服します。周りからはおそらく反発もあつたでしょう。変人だとか、時代遅れだといつて馬鹿にする人もいたかもしれません。

でも上口さんは、そういう美意識と信念を良しとする自らの個性の普遍性を見ていたのだと想います。つまり、日本や世界どころか、明日の世界を相手にしていたわけです。これは『かよう亭』が、あの小さな空間の中に、夢物語とさえも縁を切らずに、遙かに広がる時空を取り込もうとしたことを意味します。空間的にはそう映ります。

そのような美意識といえますか思想といえますか夢想といえますか、私の言葉ではヴィジョンということになりますけれども、それは『かよう亭』のいたるところに、さまざまなディテールのなかにも、ことごとく表れています。

お部屋に鍵をかけないというのもそうですね。個々の部屋と、それ以外のサロンとかの空間との縁を切っていないということです。ここでも信頼感が安心感をつくっています。

ほかにも、たとえば『かよう亭』のお料理の食材は、卵にせよ、お米にせよ昆布にせよ、みんな上口さんが信頼する、顔見知りの人たちから供給されています。葉草茶などは、山から摘んできたもので淹れています。

つまり上口さんは、食材を、外から金を払って仕入れる、流通に乗せられた商品ではなく、信頼しあう者同志の、互いの誠実で正直な営みによつてもたらされる、自然の恵みを手塩にかけた有り難い食材と考えたからこそ、そのようにしているのだと思います。

つまりここでも、内と外とが親密な関係を持つてつながっています。

『かよう亭』は、建築空間として外と縁を切っていないばかりか、外の多くの人々の営みや物語が『かよう亭』のなかで、食事をとおして語られているわけです。

これはお客さんたちにとつて、とても素晴らしいご馳走です。お皿が料理を引き立てるように、物語もまた、味わいを深める大きな役割を果たし得るからです。そんな物語に包まれたお料理が、美味しく感じられないはずがありません。

『かよう亭』ではお皿もお椀もお箸もお箸置きもなにもかも、上口さんが美しいと想われた、古今の職人たちの手がつくりだした、素晴らしい物が使われています。なかには古い中国のものや、韓国の李朝のものなどもあります。もちろん山中の名人のつくった漆のお椀もあります。これは、人間がつくり出した道具である食器が、つまり人間にとつて最も身近な文化が、場所を超えて、時を超えて、目の前に、

お料理と共にあるということですが。

それが名器かどうか、古道具屋で価値をもつ骨董かどうかということとは関係ありません。そんなことはどうでも良くて、大切なことは、ふと気が付けば、そういう人間のための美しい技とともに、自分がおいしい御飯を食べているという、その素敵な現実です。

つまりここでも『かよう亭』は、小さな『かよう亭』の空間の外にある大きな空間や営み、さまざまな時空や物語や美意識と密接につながっています。

ほかにも『かよう亭』には、上口さんが世界中を旅したりして見つけてきた、中国の古代の馬の像とか、絵とか、本とか、いろんなものが飾ってあって、それぞれに個有の物語があります。それが『かよう亭』の内と外との関係のありようです。まことに徹底しています。

さきほど、空間プロジェクトには、スケールに応じたやり方があって、スケールが大きくなればなるほど、逆にそこに込めるヴィジョンはシンプルで本質的なものである必要があると言いましたけれども、そういう意味では、『かよう亭』というのは、極めて個人、あるいは家族的なスケールの空間であるながら、そこに込められたヴィジョンは実にシンプルなものです。

こんな勝手なことばかり言っていると上口さんに後でお叱りを受けるかもしれませんけれども、『かよう亭』というのは、人間は自然の恵みと、それを大切にする人のおかげで生きているということ、でも想像力というものをなぜかもつ人間は、美しいものや、美しいことや、美しい物語りを、つまりは文化やイマーシブな世界を創りあげて、それと共に生きてきました。そういう存在だという、そういう二つのことで生きている人間の、極めてシンプルな、人間の本質そのものを形にした宿だということが『かよう亭』のすごさだと私は思います。

自然の賜物である人間、そして美や文化と共にある想像力豊かな人間という、この人間にとつてもっとも重要な本質を、形や仕組みに表し、その中に、遠い遙かな、しかし確かな人間的時空につながる要素を、イマジネーションをインスパイアする要素を自然にいつぱいちりばめていて、人間ならではの想いをさりげなく健やかに喚起します。

ですから『かよう亭』は、北陸とか日本とか言う枠を遥かに超えて、人らしくあろうとする世界中の人から愛されるのだろうと思います。数ヶ月で二十八カ国もの国の人たちが、国籍や文化の違いをこえていらつしやつたというのは、そういうことだろうと思います。

これは『かよう亭』が、自然と共に生き、文化と共に生きるという、人間的な二つの本質的な特質を大切に、形にしているからだろうと

思いますし、それを言葉で説明されなくても、来られた人が自然に感じ取れるということだと思います。

上口さんが大好きな芭蕉は、俳諧とは何かを探すための『奥の細道』の旅で、山中温泉に長逗留をした時に、『不易流行』という境地にたどり着きました。これは本質的なものは常に新しい、決して色あせたり古びたりしないという意味ですけども、上口さんはそれと通じあうことを、やられようとしたのではないかと、かよう亭の空間の中にいると感じます。

このヴィジョンは、実は大プロジェクト、極めて大きなスケールで十分通用するというか、むしろ本来ならば、たとえば国家的なプロジェクトが内包すべきレベルの本質的な普遍性をもったヴィジョンです。

そんなヴィジョンと、それを現実化するためにさまざまなコンセプトを、個人的なプロジェクトのなかに実現したということが、『かよう亭』の空間プロジェクトとしての非凡さです。

これはもう、ほとんど独創と違って良いレベルです。個性と普遍性を見事に重ね合わせられたということですよ。

でも、もしかしたらこれは、実は逆に、個人プロジェクトだったからこそ為しえたともいえるかもしれません。

でも、この人間の、自然の恵みと美と共に生きるところにこそ人の喜びがあるという本質は、これから大きなプロジェクトのなかでこそ生かしていくべきだと思います。

具体的な例をとってお話しましたがけれども、最後におさらいとして、この『温泉フォーラム』という空間のなかで、個人や仲間で作ること、地域や共同体で出来ることとということをお話したいと思います。個人でできることというのは、すでにみなさんが、それぞれにやっておられることです。

それはこの場で、いろんな人のお話を聴いたり、情報を交換しあったりして、そこで得たものをご自分の現場で活かしておられるということです。

場というのは、多様性があればあるほど生命的になりますから、これだけ多彩な方々が参加しておられて、しかも三十年も続いてきている不思議な場なのです。まずはこの多様性と持続性を失わないで、この豊かさを活用しながら会を続けていってほしいと思います。

その上で、仲間と出来ることということで申しますと、これは二つの場合があると思います。一つは、参加しておられる方々が、ご自分の町とか仕事の現場に帰られて、そこで、個人の枠を超えて、仲間た

ちといっしょに何かをしようとする場合です。

そういうプロジェクトの場合の内側は、もちろん仲間たちで、外は、多くの場合は地域社会です。その関係をどうするかということが大きなテーマになると思いますけれども、そのときに大切なことは、個人に個性が大切であるのと同じように、地域社会にも、その風土のなかで歴史的に培われた個々の地域文化がありますから、そこに立脚しないと、一般的にはうまく行かないということなのです。

大切なのは、その地域文化の個性とはなにかということ突き詰めて、それをシンプルな、誰もが納得できるような言葉や本質的な営みに集約することです。

旗印がいつばいあつては混乱するばかりですから、一つのプロジェクトには一つの旗印で十分です。逆にいうと、そこまで突き詰める必要があります。

そのためにはどんな個性が、どんな普遍性や本質性と重なりあっているかということ仲間と話しあう必要があります。どこそこで流れているからここでもやろうというようなのは、論外です。

そのときに、内部から自分たちのやっていることを客観的に見ると言うのは、意外と難しいことです。ですからそのために、この『温泉フォーラム』という場を活用するのも、面白いかもしれません。

たとえば、地元で何かをしようとした時に、この研究会の時などに、別の場を設けて、こういうことをしようと思っっているけれどもどうだろうか、何人かの人に相談をもちかけてみるのも面白いでしょう。

そうすると、仲間たちだけでは見えないことが見えてくるかもしれません。良いヒントが得られなくてももともとですし、もしかしたら批判的な意見も出るかもしれませんが、それでひるんでしまうようでは、プロジェクトの成功は危ういです。何の責任もないお客さんは、それより遥かに勝手な意見を言うからです。

最後に、このフォーラムが、行政や国や自治体に対して、何かを働きかける場合です。そのときは最大限に焦点を絞る必要があります。

同時にたくさんのことをやられてもいいですけれども、その場合には、一個の目的に焦点を絞ったことをたくさん同時進行すべきです。法律であれなんであれ、行政的なことは、少しずつしか変わらないからです。それも具体的なことでしか変わりません。

同時にそのときに大切なのは、とことん人間と社会の本質と密接に重なりあうヴィジョンに基づいて、焦点や仕組みを考えることです。

どうしてかといいますと、国家や行政の役割というのは、もともと、

誰かのためではなく、みんなのためになることをやるというのが、本来の仕事だからです。誰が見てももつともだなあ、ということしか、行政は動きませんし、動く理由もないわけです。

前回の松坂先生のお話の中に、ドイツでは癌の手術をしたら何週間か療養しなければいけないという、法律があるというお話がありました。これは非常に興味深いお話です。

つまりドイツという国は、以前ナチス政権が、人間を人間扱いしないでたくさん殺してしまったということに対して、強い反省をした国ですから、法律の多くが、人間を基本を置くという思想に基づいています。

いまマイナンバー制度がいろいろ言われていますけれども、ドイツではそういう風に人間に番号をつけて呼ぶことを憲法で禁じています。ナチスがユダヤ人に番号を付けてひどい目に遭わせたことに対する反省がそこにはあります。

それはともかく、この癌の手術の後、何週間か療養しなければいけないという法律が面白いのは、そうすることによって同時に、温泉施設とか療養施設とか、人間の心身の健康に関する産業を育てるという、つまり国をそういう方向に持つていこうという、行政サイドの思想と経済的な戦略性が感じられるということなんです。

先ほど申しましたように、行政というのは、みんなのためになることをする使命を持っていますけれども、そのためにも、国民や地域の人々が安心して生きていけるような、つまり暮らしを成り立たせる仕組、要するに経済的な営みにつながる仕組を創って維持することも大きな使命だからです。

行政官庁や、地方の自治体で働いておられる方々は、もともとそういうことを考えてお仕事をしておられるはずなんです。それぞれそういうプライドを持っておられると思います。ですからそんな彼らが、これだったらと思う、それを自信を持って説明できるようなことを、営みの経済的な仕組というところまで射程に入れて、このフォーラムが提案されていかれたら素晴らしいことだと思います。

先日合田さんから、このフォーラムがずっと取り組んでおられた温泉療養の医療控除化が実現するかもしれないということをお聞きしましたけれども、それは、非常に素晴らしい活動の成果だと思っています。

日本の法律というのは実は、明治時代の制度を引きずっているようなところがたくさんあります。日本は戦後、極めて先進的な、人権を重視した憲法を制定しましたが、その人間重視、人権重視とい

うところが十全には、個別の法律に反映されてい無いことが多々あります。これは明治憲法が、基本的には近代特有の、国家重視、産業重視だったために、法律もその大系の中でつくられているからです。

今の憲法ができた時に、ちゃんとつくり変えればよかったのですが、戦後の復興に忙しくて、不備なところがたくさん残りました。

そのへんを重ね合わせていただければ、温泉フォーラムが、行政に対して提案できることはたくさんあるのではないかと思います。

私は温泉に関しては門外漢ですけども、あえて外部の視点から申しますと、温泉は、安らぎを含めた心身の健康。それから料理や習慣を含めた自然と共生してきた日本の文化、山の国、海の国、水の国である日本の文化のひとつの象徴だということ。さらに温泉は、地域文化を育む中心的な役割を果たしてきたということ。この三つのことを踏まえて、これからの人と命と自然、そして多様な文化を大切にしながらとはいけない時代に向けて、みなさんが提言できることは、たくさんあると思います。

このような研究会の成果を積み上げていって下さって、みなさんの知恵を集めれば、いろんなことができると思います。

どうかみなさん、楽しみながら、みんなのためになることを、これからも続けていって下さるよう、心からお願いたします。長時間、ご静聴頂きありがとうございました。