

平成27年11月25日

「この人に聞く」成熟社会と建築

東京大学大学院工学系研究科建築学専攻教授

松村 秀一（まつむら・しゅういち）氏



プロフィール 1957年兵庫県出身、／工学博士、1級建築士。1980年東京大学工学部建築学科卒業。1985年東京大学大学院工学系研究科建築学専攻博士課程修了。1990年東京大学大学院工学系研究科建築学専攻助教授。2005年日本建築学会賞(論文)、2008年都市住宅学会賞(著作)。ローマ大学客員教授、トレント大学客員教授、南京大学客員教授などを併任し、2006年現職。

『建築—新しい仕事のかたち—箱の産業から場の産業へ』(彰国社)、『2025年の建築「七つの予言」』(共著、日経BP社)、『場の産業 実践論』(編集、彰国社)など著作多数。

(前文)

松村秀一氏に建築分野における新しい仕事のかたちについて伺った。

■建築という仕事に対する思い

私が大学院時代に非常に刺激を受けた本に、スタッズ・ターケル著『仕事!』があります。ターケルによる実在する115職種133人へのロングインタビュー集です。「仕事とは人間にとってどういうものか」をテーマとした大作で、冒頭のターケルの主張に“現実、リアリティと接触して手応えのある仕事をするように、みんな仕事について考えてきたかという、そうではない”とあって、これを読んだ当時、自分は建築分野に来てよかったと思いました。

建築は、誰に何をつくっているか明確で、非常に手応えのある仕事ができると思っていたのです。ところが、その後建築のことが分かってくるにつれ、建築の分野もそうではないと分かってきました。会ったこともない人のために仕事をするし、分業化が進んで完成した建物に興味を持たないことなども耳にして、何十年も悶々としてきましたが、近年になって状況がかなり変わってきたと感じています。

■建築分野の仕事の可能性

日本の新築市場は、以前のような水準に絶対戻ることはないだろうと言われています。ただし、戦後建築行為に投資をし続けてきた結果、ストックはかなり充実しています。最

近、空き家が問題視されますが、私は、空き家は空間資源であるとポジティブにとらえていて、建築分野の仕事としての可能性は、今こそ大きく広がる時期を迎えていると考えています。新築だけではない、ようやく手応えのある仕事になっていくということです。

それを象徴的に表現した言葉が、“「箱の産業」から「場の産業」へ”。従来、建築は建物という箱を約束どおりデリバリーする産業です。しかし、今や箱は十分にあるので、その箱を豊かな生活の場にできるかが問われている。そこで、「箱」をより望ましい生活を展開する「場」に構成、提供する産業を「場の産業」と呼んでいます。これは、余っている空間と、何かをしたい利用者との間を結びつけることで、こうした興味深い活動を各地で始めた人たちが10年ほど前から出てきました。実際に訪ねて話を聞いて、現場を見ることを繰り返した結果、建設業における新しい仕事の形は、次の六つの要素で示されると考えています。

■新しい仕事のかたち

①生活する場から発想する（利用の構想力）

まず、プロジェクトは生活する場から発想されるということです。何かをしたいという発想「利用の構想力」は生活者の中にあります。生活者とは、日常生活という狭い意味でなく、仕事、趣味の活動など様々です。そういう利用者による構想力です。

例えば、現在年間80万人訪れるアートの拠点「3331 アーツ千代田」。以前は誰も来ない旧校舎でした。仕掛け人の中村政人さんは、秋葉原と上野の中間に、若いアーティストが交流できる、世界発信のためのアートセンターがあればと考えていた。これが利用の構想力です。

また、利用者自ら生活空間をつくりたいという需要が急速に伸びています。代表例は青木純さんの賃貸マンション「メゾン青樹」。家業を継いだ時点で、建物は老朽化、空室率が半端じゃない状況でしたが、契約から旧状復帰義務を外した途端に空室が埋まってしまった。もちろん仕掛けはそれだけではありませんが、この現象も、生活者が空間の利用の構想力を持っていることを示しています。

②空間資源を発見する

「利用の構想力」を見つけてきたら、それを実現させる空間資源を発見する作業が必要になります。例えば、空間資源の一つに空き家があります。京都の町家はリノベーションして再販したり、宿に転用したりしています。それから、大規模なものでは「団地」も空間資源です。「多摩平団地」では築後50年以上のものが数棟残っていたのを、URが事業者を募集し、三つの事業者がそれぞれ借りて運営し利益を出しています。個々の住棟は、大学の学生寮、菜園つき住宅、高齢者向けデイセンターなど事業者ごとの特色がありますが、様々なイベントも行って住民交流を図り、たまむすびテラスという一つのまちになっています。

こうした空間資源の発見には、詳細な建物情報のデータベース化、それらを扱う人材の

育成が必要です。現在、北九州小倉のエリアマネジメントのプロジェクトから発生した、リノベーションスクールが大盛況で、ここでの事業提案が実際に事業化されるケースも多数出てきています。

③空間資源の短所を補い、長所を伸ばす

次に、空間資源の短所を補い、長所を伸ばす。短所を補うというのは、耐震性能が劣るものであれば適切な補強法を施すなど分かりやすい。むしろ重要なのは長所を伸ばすことです。新築にはないストックの魅力を感じなければいけない。見る人によって建物の価値は全然変わります。それをうまく扱っているのが「東京R不動産」で、誰も見向きもしなかった昭和40年代のビルが「可愛い」とか、型板ガラスが「渋い」とか、今までとは違った観点でアピールしていて、実際それにビビッと反応する人がいる。

つまり、空間資源は気に入る人が1人いればいい。1万人に気に入ってもらう必要はないので、建物の価値は持っている側が決めつけるのはまずいのです。むしろ、価値を認めてくれる人とどうマッチングするかが重要になっています。つくる側も、ストックが持つ個性を活かす設計が必ず必要になってくると思います。

④空間資源を「場」化する

これは今までであった空間資源を最終的に「場」にすることで、最も肝心なところです。先ほどの「アーツ千代田 3331」では、建物のリノベーションにかなりの工事をしていて、普通なら建築の仕事はそこで終わりです。しかし、新しい仕事のかたちでは、それでは価値が全くない。場にするに意味があるのだから、その後、ここに年間80万人呼び込もうとしたら、大層なことをしなければいけない。様々なことを仕掛けて広報活動をし、おもしろいアーティストの展示会を企画していき、事業をサステイナブルなものにしなければなりません。そういう意味で、これからはコンテンツ産業を目指していく必要が出てきます。

⑤人と場を出会わせる

「場」化することが整ったら、そこをもっと知って利用してもらうために、人と場を出会わせなければいけない。従来なら不動産仲介の役割ですが、今なら「まち」と「ネット」。ネット上で出会うと言えば、「東京R不動産」や「ひつじ不動産」といった不動産紹介サイトがあります。こうしたメディアで出会う方法は当然ありますが、僕がもっと魅力的だと思うのは、まちで出会うことです。

長野市の善光寺門前町にある、築80年、90年の空き家が新しい活動の場になっています。それを実現できた仕掛けは、「誘うメディアとまち歩き」。誘うメディアとは、善光寺周辺の暮らしを紹介した「門前暮らしのすすめ」という冊子でカフェなどに置いてある。その冊子をきっかけにさらに情報を知りたいければ、空き家見学会というまち歩きの会が月に1回。実際その連動により過去5年間で60軒の空き家が埋まっていて、長野の門前町は若い人たちの流入によって明らかに活性化してきています。

⑥経済活動の中に埋め込む

そして、最後にこれらを経済活動の中に埋め込んでいくことになります。『仕事！』と同時期に感銘を受けた J・ロバートソン著『未来の仕事』は、21 世紀の我々の仕事はどうなっていくかをテーマに書かれたもので、キーワードは＜自身^{オウン・ワーク}の仕事＞の拡張です。21 世紀の我々の仕事はオウン・ワークになっていく。自身の仕事とは、「自分自身とお互いに、有用なモノとサービスを供するために、自分自身の宰領で働く方法」であり、「地域、近隣、世帯において、有用な活動が相当量拡大するという予想が、最も重要な意味を持つ」と述べられています。紹介した「場の産業」的なことを始めている人たちの仕事もこれに当たります。彼ら自身の仕事は、自分の暮らしているまちのため、自分の顔見知りのため、自分がよく知っているパートナーと一緒にやるということです。

我々や彼らが取り組んでいる仕事は、まさに「まちに暮らしと仕事の未来を埋め込む」作業をしているのです。目指していることは、暮らしと仕事の未来形をまちの中に今から入れていく。まちに、まち自身、あるいは地域の希望を耕していく仕事なのです。