

# この人に聞く

清須美  
匡洋氏



**プロフィール** 1956年奈良県生まれ。九州大学名誉教授・総長特別顧問・未来デザイン学センターアドバイザー／(一財)デジタルコンテンツ協会会長。1986年武蔵野美術大学大学院造形研究科デザイン専攻建築コース修了、(株)GK設計(建築部)入社。1992年(株)ディーシーアイ設立。2005年デザインストラテジー、デザインブランディングを専門として九州大学大学院芸術工学研究院教授に着任し、その後、未来デザイン学センター長に就任。退職後、名誉教授となつてからも同センターアドバイザーとして活動を継続。2024年(一財)デジタルコンテンツ協会会長就任。プロモーションデザイン・デザインストラテジー・ブランドデザインなどを活用し、まちづくりや景観、パブリックデザイン等、産学官民をつなぐネットワークを活かした、新しいデザインアプローチで様々なプロジェクトに携わる。

九州大学名誉教授、(一財)デジタルコンテンツ協会  
会長 清須美匡洋氏に、「デザインストラテジー」を  
メインに、都市景観、建築保全について伺った。  
(令和7年1月)

## ■デザインが正当に評価される社会を目指して

私は大学院卒業後、世界的に有名なGKインダストリアルデザイン研究所(後にGK設計)に入社し、サイン、CI(コーポレート・アイデンティティ)、展示設計、屋内外施設デザインに携わり、様々なデザインをトータルに考え、博覧会全体の企画などにも参加しました。

多くのデザイナーが秀逸なデザインを手掛けているのに、なかなかデザインが評価されない場合もあり、デザインという行為は、デザインを行う前提条件とデザインを行った後の評価、結果が非常に社会において重要だと感じました。GKを出て自分の会社をつくり、環境とコミュニケーションに関わるデザインを手掛けました。営業活動を補うため、大手代理店と組むことでデザイン活動を広げて

いきました。その中で国土交通省との情報施設計画(行政情報プラザ)で、新たな知見を得ました。もちろん、私自身が、建築、都市計画、プロダクト、グラフィック、様々なデザイン手法と、デザイン作業のビフォーとアフターを意識することでリスクを下げるデザインを考え、デザインコントロールという考え方、そして、コミュニケーションが非常に重要であること、それが後にデザインストラテジー、ブランドデザイン、プロモーションデザイン、ソーシャルエクスペリエンスデザインに発展していきます。

48歳の時、九州大学芸術工学研究院が新しい専攻をつくる話があり、当時欧米でデザインをする行為とは別に、デザインを社会の中でビジネスとして活用する「デザインプロデュース」という学問領域があり、その考え方を「デザインストラテジー」という新たな専攻として先輩教員のみなさんと立ち上げました。その中で特に新しい分野として「デザインビジネス」を創りました。従来からある建築、環境、工業デザインに加えて、グラフィック、音響を含むメディアデザインなどを横断的に捉え、デザインをビジネス化する新たな枠組みとなっていて、実践的な視点を重視した教育を展開し、デザインを戦略的に活用しながら社会やユーザーへの価値創出を基本理念に掲げて、デザインの可能性を広げ、新たな価値を創造する人材の育成を目指しています。そのデザインストラテジー専攻の中核として、ブランドデザイン、デザインイノベーション、デザインインテグレーション、プロジェクトマネジメントの四つの専門領域を設け、4人の実務家高度専門教員が参加しました。そのうちのブランドデザインを私が受け持っています。

ブランドは本来マーケティング分野から生まれた言葉で、単なる製品ではなく、それに付随する物語や価値観によって形成され、消費者に特別な印象を与えるものです。ブランドデザインとはブランドを具体化し、PDCAサイクルを通じて価値を高めるプロセスを指します。この言葉は、私が20年以上前に提唱し、現在では広く活用されるようになりました。ブランドデザインは、多くのステークホルダー(利害関係者、関係人口)に見える価値と見えない価値を見える化によって具体的にしっかり伝え、社会に広く浸透させてその価値観を構築させます。ただし、建築自体のブランディングは、オリンピック施設やディズニーランドのような多くの人々が関与する空間なら可能ですが、単体の建物では難しいと思います。

デザインストラテジー専攻を設立して17年が過ぎ、その中でデザインがさらに高度化、複雑化しています。デザイナーが関わる領域もビジネスやテクノロジー、社会システムまで広がっています。デザインの持つ多くの価値を、分

かりやすく社会に納得してもらうためには、やはり社会や産業の目的を明確にし、変化に応じた分かりやすく感動するデザイン(見える化、具現化)を考えていかななくてはなりません。特に、社会や街のインフラを司る様々なレイヤーでの建築保全においても、ヒト、モノ、環境を時間軸で捉えたデザイン、それが継続して運営する手法を考えることが、ますます重要であると確信しています。

### ■景観デザインについての考察

景観は、非常に難しい分野だと思っています。福岡市の都市景観アドバイザーを長年務める中で、建築や都市計画といった工学的分野と、プロモーションなどを含む経済的分野の両方の観点からバランスを考慮しながらアドバイスを行ってきました。景観整備には様々な要素があり、多くの専門家が関与する中で進められます。そこで重要なのはステークホルダーの視点であり、誰が景観を評価するのかを強く意識する必要があります。特に景観に関わる人たちの生活と地域の意識が重要となってくるのです。もちろん、街並みや建築には秩序と調和が必要ですが、どの程度の許容範囲を持つか、どのくらいの時間軸で考えるか、過去からの素晴らしい知恵や形やシステムが現代に活用可能なら是非そうしたいと思います。実際は、個別の建築については景観区域ごとのルールにのっとり判断しています。

資金面を考えても、財政が豊かで公的資金で賄えた時代とは違い行政には限界があります。現在は「公助」から「共助」へと移行し、財政で足りない部分を住民や民間企業が補う柔軟な仕組みが必要とされます。そのため、地域住民の満足度や合意形成が重要になってきます。整備後の維持保全といった運営を含め、仕組み及びルールを整備する必要があります。

あと、デザイン分野からいえば、特に屋外広告やサイン、植栽、照明などにも配慮しなければなりません。商業地域の広告に関しては、一律に美化を目指すのではなく、その地域特有の景観価値を尊重しながら調整していきます。福岡市中洲の広告は、中洲自体の景観になっており、単純に排除するのではなく、デザインの質を向上させることで街の個性を守ることができます。また、景観条例の運用においても、行政区画の境界によって不自然な景観が生まれないう、グラデーションを意識して整備されるべきです。つまり「ゼロか100か」ではなく、その地域ごとにバランスを調整しつつ柔軟な基準を設けることで、新しい景観の価値を生み出せるのです。このように景観は、様々なエレメントを上手にコントロールするためのプログラムの成果といえます。

画一的なルールでコントロールできた時代と違って、現在は各地域の価値観に合わせた「トランスクリエーション」が求められています。多様な価値観を尊重しながら、持続可能な景観整備の方法を模索することが、今後の環境整備において重要なのです。

### ■公共における建築保全のあり方

国や地方自治体における建築保全に関して、今最も重要なことは、単体の建築物を保存するのか、街並みや景観を維持するのか、広域的なエリアとして捉えるのかによって、アプローチが異なりますから、まず保全の範囲や定義を明確にして、今後どのようにに活用できるのか、細かく指針として決めることです。

そして、その地域の住民や行政という単純なロジックではなく、そこに関わる様々なステークホルダーにどのようなメリットがあるかを検討し最適解を導出すべきです。これらの点を整理し、包括的な保全戦略を構築するのです。つまり「共助」の本質をどのように理解させ、実現するかということです。土木なら、国、自治体がやらなければいけないけれど、建築であれば、民間の活力をうまく導入していく可能性はいろいろあると思います。保存する建物の利活用や広告収入で回収してもよいし、日本の建築はデザインを含め高レベルですから、クラウドファンディングで世界中から資金調達するなど、様々なカタチでの財源確保が考えられます。もちろんソフトでやれる部分には限界があるので、減築などのアイデアを含むハードでもやれることを考えていく必要があります。建築保全はメンテナンスの印象が強いので、そう思われがちですが、未来の変化に対応できる価値づくりであることを一つのムーブメント、リ・クリエーション(再創造)として捉え、新たなデザインや利活用を実践していくことが重要なのです。壊して新しく建てることも、保全の一部として理解、納得されるとうれしいです。

建築保全には、関係するすべての主体が協力し、持続可能な仕組みの構築が求められます。特に、産官学民が連携し、多様な視点から保全を支える体制を整備することが鍵となるでしょう。貴センターでは自治体に対しアドバイスをされていますが、今後、ゲーミフィケーション、クラウドファンディングのサポートなどを含む新たなアプローチを提供していくのはいかがでしょうか。建築は時代を超えて言葉にならない感動を与えてくれるものです。それを支える建築保全はもっと関心を持たれるべきです。私は、保全の未来を大いに期待しています。

INTERVIEW

この人に聞く