

工事中を魅せること

工事中を魅せること 都市と工事現場

編集局 添田昌志

■典型的な工事現場の風景

都市には常に工事現場が存在する。ビルなどの建物自体は着工から2-3年で完成するものが多いため、工事現場というと「一時的なもの」というイメージが強いが、都市という視点で見ると、どこかに「常に」存在しているものなのである。

下図は東京・丸の内の工事中の場所を示したものである。丸の内は「丸ビル」の高層化を皮切りにこの十数年間、地域全体の再開発を進めていることもあって、街のどこかに少なからぬ工事現場が存在し続けていることがよく分かる。





東京丸の内の工事現場の変遷（編集局作成）

このように常に都市に存在している工事現場ではあるが、その見た目という点、下の写真に示すように、鉄製の仮囲いで足元周り（歩道周辺）を囲い、灰色や緑のシートで建物本体を覆うというのが、日本では一般的である。基本的にそこに何か特別な思いがあるようには感じられず、あくまでも一時的なことなのでしばらく殺風景ですが、辛抱してください、という感じである。近年では、仮囲いにグラフィックを施すなどして、多少のデザインの要素が入ったものもしばしば見られるが、小奇麗にして、少し周辺の印象を良くする程度の消極的な姿勢と感じられる。



銀座



丸の内（三菱1号館）



丸の内（東京中央郵便局）



渋谷



中目黒



新宿

（いずれも撮影は編集局）

■都市に対する態度

しかし、海外に目を転じると日本は異なる風景が見えてくる。下はパリのヴィトンの本店の改装中の風景である。ヴィトンの代名詞であるラゲージバッグをモチーフに仮囲いのデ

デザインがされている。インターネットで「パリ ヴィトン」と検索すると、商品（バッグ）の写真に混じって、この工事中の写真が多く出てくる。むしろ完成した後の店舗はあまり出てこず、こちらの写真の方が多い。このことは、工事中は「一時的な」出来事であるものの、その時のデザイン1つで、人々の記憶に深く残り、しかも世界的に話題になりえることを示しているのではないだろうか。残念ながら、上にあるような日本の仮囲いの写真を撮る外国人観光客はほとんどいないだろう。



工事中のパリ・ヴィトン本店

出典：旅行のクチコミ投稿ポータル「CoRich トラベル！」

http://travel.corich.jp/travel_done_detail.php?member_id=10235&travel_id=4316

また、西欧における歴史的建造物の修復工事を見ると、仮囲いに従前のファサードをプリントするのが1つの手法として定着しているようである。歴史的建造物とは言うまでもなく「都市のランドマーク」である。長い年月、常に都市の中に存在し続けてきたものである。たとえ工事中の一時期であろうとも、それが存在していないことは許されず、変わらずそこになければならないという、強烈な意識がこのようなプリントから感じられる。



ウィーンの環状道路（リンク）に面して建つ「国立オペラ座」



ベルリンのべーベル広場に面して建つ「旧王立図書館」（フリードリヒ大王により建造）
（いずれも撮影は大野隆造）

そのような視点で再び日本を見てみよう。下の写真は現在、復原工事が進められている東京駅である。上の事例と比較して見ると、その都市に対する態度の違いは明確である。東京駅の赤レンガ駅舎と言えば日本を代表するランドマークである。おそらくベルリンやウィーンの人は理解に苦しむ風景ではないだろうか・・・。



（撮影：編集局）

以上をまとめるならば、工事現場の風景からその建物を取り巻く人々の都市に対する意識が伺えるということだろう。仮囲いが表しているのは、建物が完成するまでの期間、都市に対してどう接するのか、という思想である。治療中ということでも頭からシートをかぶって周囲には知らん顔をするのか、せめて以前の姿の断片だけでも示そうと努めるのか、一時的であるが故にその間にできることを積極的に提案するのか、その考え次第で都市に現れる風景が全く異なってくる。

さて、ここまで海外と比較して、日本の工事現場を卑下してきたが、実は日本でも工事現場を都市の公共空間として重要な意味があるものと捉え、デザインを通して積極的な取り組みを行ってきた事例が少ないながらある。

今回は、仮囲いのデザインを通して都市を刺激する「工事中景」を提唱された韓亜由美氏にインタビューを行い、そのコンセプトや都市の公共空間への思いについて伺います。

工事中を魅せること 韓亜由美氏インタビュー



韓(はん) 亜由美氏プロフィール

都市景建築家(Urban-scape Architect)

東京生まれ

東京芸術大学美術学部デザイン学科卒業

ミラノ工科大学建築学科留学

東京大学大学院学際情報学府修了

1991年 ス튜디오 ハン デザイン設立

人がヒトとして人間らしく生きられる棲息環境としての「都市」、そこに誰もが主体的に享受できる豊かさの新しい価値をもとめ、パブリックスペースを対象にインテグレイティブなデザイン活動を展開する。空間的レイアウトや知覚的テクスチャーをデザインし、メディアにすることでモノや領域を超えて状況そのものを価値化し再定義することを意図している。土木構造物、走行空間、工事現場、コミュニティー再生などのアーバンスケープのプロジェクトに数多く携わる。

特に高速道路走行空間においては、'93 東京湾横断道路（アクアライン）の計画段階から‘シークエンスデザイン’の概念を提唱し、継続して実践と多角的リサーチを行っている。現在は、実践と並行して、東京大学生産研究所 先端モビリティ研究センターにおいて交通工学／生態心理学／視覚情報学による科学的実証研究を進めている。



「工事中景」実施時の新宿駅南口(2006年) photo: 吉永マサユキ



現在の新宿駅南口の状況

— 韓さんが手がけられた「工事中景」、特に新宿駅南口地区整備事業の工事現場のデザイン「新宿サザンビート」は、強く印象に残るものでした。そもそも工事現場をデザインされるようになったきっかけは何だったのでしょうか？

◇「沖縄なのに海に届かない」那覇市民のために

最初のきっかけは沖縄の那覇の港湾施設です。施設を囲っている菱形金網の立ち入り防止柵があったのですが、それが燃れてしまってみすぼらしい状況でした。その向こうにはすごく広い港湾ヤードが広がっていて、はるか先の方には海が垣間見えていました。その港湾ヤードと道を挟んで反対側に、高松伸さんの国立組踊劇場がオープンするということになりました。その場所にこんなみすぼらしい柵があるのはまずいだろうと、那覇空港港湾事務所が何かいい案がないかと地元海洋系の建設関係者に話し、そこから相談され、以前から暖めていたアイデアを提案したのが最初です。2000年の暮れのことでした。

現地を見てわかったことは、那覇の現実です。青い空に白い雲、どこまでも広がる海、という本州から見た「沖縄」のイメージは全くなく、アメリカ軍や港湾施設で海辺が覆わ

れていて、市民は全然、海に届かない。数年前に何と人工海浜ができて、そこが唯一の海水浴場で「那覇市民が喜んで利用している」、という信じ難い現実があります。

私はその事実を初めて知ってショックを受けたので、立ち入り防止のフェンスからできるだけ圧迫感をなくし、開放感があって海の風が感じられるようなものにしたいと思いました。そのために、透過性のあるアルミのパンチングメタルのパネルを使い、パネルとパネルの間隔も基準値の15センチぴったりに間隔をあけ、その表面には撮り下ろしの沖縄の風物の写真をイラストレーションに起こしたものを印刷しました。アートディレクションはタイクーングラフィックスにお願いし、イラストはヒロ杉山さんです。向こう側の風景が透けて見えつつ、パネルの絵も重層して見せることが目的です。全長150メートルほどの設置でしたが、実はここは人通りが少なく、見る人がほとんどいなかったんですね。劇場オープンに皇室の方が来て、その護衛の警察から「すごく見通しがいいし、人が隠れていてもわかるから、いいフェンスだね」と言われたくらいで（笑）このときは、市民からの直接のリアクションはこちらまで届きませんでした。

◇ 三越前・仮設歩道／覆工板をオリジナルで铸造する

このあとの日本橋室町の仕事が事実上、「工事中景」を意識化する始まりになりました。三越前の地下道の拡幅整備工事があり、その間、地上部の仮設歩道となる覆工板という床板をオリジナルでデザインすることになりました。

場所は伝統ある商業地。景観に対する意識も高い老舗が軒を並べる日本橋室町。数年後の2004年秋に日本橋三越の新館と日本橋三井タワーの完成を控えているというタイミングでした。それなのに、もしもこの仮設歩道がいつも通り工事現場然として、雨が降ったら滑り止めゴムシートを長く敷き、コーンとトラロープで係員が誘導、というのではとても地元を受け入れてもらえないだろうと、管轄する国土交通省・東京国道事務所の所長さんが悩んでいらっしやいました。デザイナーならどんなことが考えられるかと問われ、「それでは覆工板自体を室町オリジナルでデザインしませんか」と提案しました。



オリジナルでデザインされた覆工板 photo: momoko japan

この時は一から製品開発の仕事です、覆工板自体を新たにデザインしました。仮設の歩道としての機能を満たすように、ノンスリップかつ段差が3ミリ以下のバリアフリーにする必要があります。工事の時間帯は夜中が中心ですから、夜になったら資材を運び込んだりするために覆工板を開けたり閉めたりしなければいけない。そのためにフック用リングを隠してついたり、重機が上を通るので構造上強度が十分なように素材を選び、パターンはリピートしながらも広がりを感じるデザインにしました。歩車道境界もオリジナルで作りました。材質はすべて鉄、鋳造です。ノンスリップにするために鋳鉄の表面のテクスチャも独自に開発しました。うちのスタッフが鉄工所に通い詰めてずいぶん試験を重ねました。

◇ デザインの力、デザインは強い

提案した当初は、地元や事業の関係者の中にはこの提案自体に懐疑的だった方々もいました。無理ありません、覆工板のデザイン提案は前例が無いですから。覆工板の試作品ができたとき、そういう方も含めたみんなで川口の工場に見に行き、実際の設置と同様に箱桁構造の上にパネルを組んでもらって、その上を歩いてみましょうと提案しました。

工場で実物を見た途端、堅かったみなさんの表情が180°変わったんです。すごく嬉しそうになって、パネルの上で跳んでみたりとか、水を撒いて自転車で乗ってみようとか、誰もがすごくウキウキしていました。私はそれを見て唾然としながらも、「これは、やっぱりデザインの力だね、こうなると強いね！」と担当スタッフと話し合った記憶があります。

「これはいいものが出来たぞ」というみんなの高揚感があって、そこからずいぶん流れが変わりました。建設担当者は施工で職人技を発揮してくれ、特に角地のパネル割の設置は芸術品でした。この覆工板は鉄ですので、マンホール蓋と同じで時間とともに錆びてきて、雨が降るとその錆が浮いてきたりもします。百貨店の玄関前ですから、ちょっと錆が出ただけでもすごくクレームが来るんじゃないか、と管理者はドキドキしていたようです。ところが、三越の入口でお客様を出迎える係の人たちがこの覆工板を自慢にして大事に扱ってくれたおかげもあり、1件もクレームが来なかったんです。これは、特筆すべき事だそうですね。周囲の方々からは、とにかく評価が高かったです。通行客の中にも「いいねえ、知ってるか？これは鋳造って行って本物だぞ。」などと論評して行く人も見受けられ、日本橋三井タワーのマンダリンオリエンタルホテルの人たちもこれが気に入っていて、「工事中の仮設らしいけど元に戻さない方がいいんじゃないか」というもっぱらの評判だったとか。



日本橋三越前の様子 photo: momoko japan

◇ 眠れる資源「工事現場」の可能性

私はこのとき初めて「都市の中の工事現場というのは眠れる資源だな、生かさない手はない!」と思ったんです。なぜどの立場の人も例外無くみんなが喜んだのだろうかと考えました。工事現場の持つネガティブさは枚挙にいとまがない一方、不特定多数の人がどうしても目にし、接する場所であり、まさにパブリックスペースを長いこと占有している。みんな工事現場があるのは知っているけれども目を背ける。そこに何の価値も見いだせていないし、以前と同じ空間で同じ時間なのにもかかわらず、存在しないかのごとく塗りつぶされた状態です。それが、思わぬ形で大きな価値となって目の前に現れるので、誰も文句を言うどころか賞賛の嵐です。ネガティブから価値へ、そのギャップが非常に大きいからこそ、このようなことが起こる、ということに気がついたわけです。

東京を見てもわかるように、都市というのは工事現場が、例えば十数パーセントなり必ず含まれているものであって、完結形というのは存在しない。常に更新されつつ変貌しながら都市は生きていくわけですから、工事現場も都市の一部、景観の一部だということは厳然とした事実です。それをなぜ放置するのか?勿体ない!ということですよ。

活かした時の喜びや得るものが非常に大きい場所でもあります。大規模な工事であればあるほど、十年いや十数年かかる。つまり、工事現場が、その時代を生きている人々、ジェネレーションの生活の背景として記憶されるわけです。工事現場ですので、普通の建築物のように用途や機能は満たせないにしても、見方を変えて、ある意味で「パブリックスペース」としての大きな可能性をそこに見出すことができるのではないかなと考えました。

◇ 新宿サザンビート・過去～現在を可視化する

日本橋から始まって、2004年末から展開した「新宿サザンビート」につながりました。JR新宿駅南口の国道20号線（甲州街道）跨線橋架け替え工事の現場、仮囲いを中心にしたデザインプロジェクトです。

大規模な工事の場合には、予算の中に必ず「イメージアップ費用」というものが含まれているのですが、新宿の場合も、当初この費用の中で何かできないか、という相談を受けました。たまたま工事の見学会に参加したときに、現場の建設JVの人たちから「この工事は十数年かかるんです。お客さんには申し訳ないし、私たちもすごく気を遣って、食べるものはなるべく工事現場に近いコンビニで買ったりしています。上の方からも何かイメージアップ対策をやれって言われてるんだけど、思いつかないんですよ、デザイナーさんなら何か提案してもらえませんか」と言われたのが最初なんです。

偶然、この新宿の工事も日本橋同様、国土交通省・東京国道事務所の管轄でした。草の根が発端でしたが、国道事務所長さんは私が日本橋で非常にいい結果を出したことをご存じでしたので、こちらの提案に耳を傾けてくださいました。

私、実は生まれも育ちも新宿で、新宿が変貌してゆくのを見ながら育ちました。いま新宿南口に出入りしている人たちは、東急ハンズや高島屋に行く若い層が多くて、新宿がどんなところか、何も知らないんだろうなあ、と思ったんです。新宿というのは60年代くらいから常に若者の文化の発信地で、文化人が集まり議論する、沙龙的な場がいっぱいありましたし、全国の若者が目指すあこがれのライブハウスもありました。そんな本来の新宿をもう一回可視化したい、そこを共通の話題にして、それを知らない若い人と知っている世代とが話をするきっかけになればいい。そこで新宿の成り立ち、過去から現在を振り返る。そういう企画にしようと考えました。



JR新宿駅南口の跨線橋架け替え工事の現場(2007年) photo: momoko japan

—「工事中景」のデザインをされる時、どんな思いを込めていらっしゃるのかお聞かせください。工事現場が本当はもっとこうなれば良いという「理想像」はあるのでしょうか？新宿サザンビートの場合は、今おっしゃったように「違う世代が話すきっかけになればいい」との思いがあったのでしょうか…。

◇都市生活者のビオトープ

サザンビートの場合、まず最初に、仮囲い自体も改良したいと思いました。仮囲いはたいがい工事現場の敷地境界をカクカクカクっと区切るだけで、平面的にあまり工夫がないですよ。それを、人の導線を考え、直角の角にアールを取ったり、アルコーブの配置をしてもらったんです。

そうすると本当に面白いような変化が起きました。人が自然と「溜まる」んです、一定間隔を空けて。それぞれ、人待ち顔だったり、煙草を一服したりしているのかもしれませんが、仮囲いを背景に常にそういう風景になるんですね。



アールをとった仮囲いに沿って人が滞留している様子

新宿サザンビート 2005 実施時の新宿駅南口 photo:momoko japan

それを見て、「これはさしずめ利用者向けのビオトープだな」と思ったんです。

河川改修でも、河床・護岸をコンクリートで固めて、定規で引いたように影も淀みもなくしてしまうと、生態系が破壊されて何もそこには住めなくなる。それを少し蛇行させて、土砂が堆積し溜まりや引っかかりができて、植物が繁茂したりすると、生物が戻って来る。殺伐とした工事現場にもコミュニケーションの土壌が堆積するようにすれば、こういう風に人が溜まるんですね。

形状だけではなく、精神的な意味でも引っかかりを提供できたようです。仮囲い上に 60 年代から現在までの時代風俗をテーマに「新宿」に関するグラフィックや言葉を掲示しました。毎朝毎晩通う道沿い、歩きながら見るとは無しに壁に目をやるたびに絵や言葉が飛び込んできて、そこから、自分の過去や時代に思いを馳せることができる。まさにそれをきっかけに何かが始まって展開していく。それはその人その人の個人的な記憶の中かもしれないし、またはそれを話題にして、思いがけず誰かとつながったりするのかもしれない。

安全に配慮して工事現場を囲う、中の騒音や粉塵が漏れないようにするという仮囲いの一義的な側面をそのまま美化するというのではなく、導線やコミュニケーションのメディアとして「回路」を少し蛇行させ、新たな価値を付加することによって、仮囲いが、ふとたたずんだり、共感したりできる憩いの場、ビオトープになる。「これは都市生活者のためのビオトープ作りなんだ」と思い至るようになったんです。

◇「身体感覚でつながる」コミュニケーションを求めて

「工事中景」を考える時、やはりコミュニケーションという側面は欠かせないところです。駅前の数多くのビルボードやネオンのような「商業的広告」という手法のものではなく、本来のパブリックスペースとしてそこを通る人に価値を還元するコミュニケーション手法

であろう。「ビオトープ」ですから、すべての人に一律に、というより一人ひとり、さまざまに還元される、ということだと思うんですね。還元される角度や深度に幅があることでスペースとしての価値が生きてきて、その場所場所で全く質の違うものになってきます。

新宿サザンビートのプロジェクトは「市民参加型」が特徴でしたので、新宿駅南口を利用する市民の声を「あなたの心に残る新宿青春ワード」という形で募集して、応募された言葉を仮囲いにデザインして掲載したり、寄せられたコメントを貼り出したりしました。20代前半から60代までの77人の方々が共通して熱い思いを込めて応募してくれて、まるで往年の深夜ラジオのリクエストはがきのようでした。お便りの内容はびっくりするくらい率直で、良い話が多かったですね。



応募されたコメントを仮囲いに掲載

新宿サザンビート 2005 実施時の新宿駅南口 photo:momoko japan

こういう市民参加を続けていった結果、「ここで何かをやっている」ということがだんだん浸透してきました。そしてサザンビートプロジェクトの第2弾になったのが「新宿の現在」をテーマにしたポートレートのシリーズです。新宿に生きる、主に一般の人たち183人の肖像写真を仮囲いに展開したのですが、一番インパクトがあったのはこのシリーズかもしれないですね。このうち50人は市民参加企画として募集をかけました。被写体として応募してきたみなさんは、この時点ではお互いにまったく見も知らぬ、無関係な人たちでした。それなのに、この撮影がきっかけとなってSNS上でつながり、仲良くなって、その後も集まったりしていました。



新宿に生きる人のポートレイトを仮囲いに大きく掲載

新宿サザンビート 2006 実施時の新宿駅南口 photo: 吉永マサユキ

その時強く感じたのは、陳腐な言い方ですが「人はつながりを求めている」ということです。新宿駅南口だけで1日34万人の乗降客がいますが、ただ忙しくすれ違うだけで、そこから何の縁も生まれませんよね。でも、こういうビオトープができたことでピッとつながる。みんなすごくそういうものを求めているところがあって、「本当に前から友達だった」みたいな感じです。「新宿」ということだけが唯一共通の接点なんですけれど。

新宿にも過去には沙龙的な「そこに行けば誰かが居て、議論ができる」という場所があったと思いますが、あまりに都市が巨大化して、情報化され、電子的なつながりの方が多くなってきた結果、コミュニケーションの単位は必ずしも身体性を伴わなくなってきました。その点この仮囲いという存在は、実際に自分が歩く通路のすぐ横にずっとある壁なので、自分の身体感覚を通して直に受け取ることができる。歩く速度や見え方などとの関係は、昔の壁新聞や町内会の掲示板に近い。「いつ行っても毎日そこにある」という安心感、信頼感があったのではないのでしょうか。

◇本来の意味での「パブリックな」スペース

日本人はパブリックスペースに関しての意識が希薄だと思うのですが、ヨーロッパなどでは街路や広場など公共の場所に対して「これは自分たち市民のもので、国や行政であっても勝手にはさせないぞ」という権利意識、言い換えれば「シビックプライド」があります。たとえば、パリのエッフェル塔や国立美術館にしても、過去の建設時に市民の間で賛成・反対で二分するほどの議論がありました。ヨーロッパのように、何かあれば人々が広場に集まって議論をするということが、日本ではなかなか根付かなかった。ただ、新宿にはそういう歴史がありますよね、西口広場で学生が集まってフォークソングの反戦集会を開いたような。その時は結局、警察が鎮圧に乗り出してきて「ここは広場ではない、通路だけ

ら立ち止まってはいけない、集会の自由は認められない」ということになってしまったんですけれど。

みんな、そういう本来の意味でのパブリックスペースに飢えているという感じを持ちました。そこに行って誰かに出会ったり、共感する隣の人と自由に話をしたりしてもいいという場が、巨大な東京の中、どこに行ってもいいか知らない。もちろん公園として花壇やベンチがある場所はありますが、都市の重要な一部をなすようなパブリックスペースがなかった。そういうものが求められていたということ、サザンビートの仕事で、工事現場と向き合うことを通して感じました。

◇「お上のやること」に物申す権利

いろいろな大学でサザンビートの話をしたりすると、学生が寄ってきて、「見ました！あの時のあれだったんですね！」と、すごく熱く語ってくれたりするんですよ。体験した人の記憶には本当に強く残っているようです。仮設物だからあつという間に撤去されたけど、実は、実際に触れた人々の記憶の中に「時代の出来事」として、少なからず影響を及ぼし続けたのだなあ、と思いました。ただ、残念なのは、道路行政に対する社会的な風当たり等で自粛ムードが高まり、新宿サザンビートプロジェクトも、2016年の工事完了を待たずに、突然途中で終わることになりました。

もしこれがパリであれば、市民から「どういう理由で止めるんだ？」というクレームが来たに違いありません。でも東京では来なかった。「もう終わっちゃったんですか？」くらいの問い合わせは来たかもしれませんが「終わりました」と言えば「ああそうですか」となるでしょう。そもそも「工事中景」自体、前例も枠も無いので無理もありませんが。

まだ、日本の都市市民の意識としては、「公共の権利」というところまで行っていないんです。悪かったものを良くしてくれたから嬉しいと思うことはあっても、それが「当然求めてもいいものだ」という意識はない。私は求めてもいいと思うんですけどね。公共のことは「お上のやることだから」というアタマがあって、それに対して、自分たちが何か言う権利があるとは、誰も思っていない。私は以前から土木系の仕事、たとえば高速道路のジャンクションの景観などを手掛けていましたが、そういう土木構造物の足下や裏側の空間などについても同じです。「市民として当然、公共物に対して何か言える」とはみんな思っていないんです。だからこの「工事中景」も広まりそうでなかなか広まらない。

それでも「工事中景」が形になったのは、クライアントが国土交通省という「国＝行政」だったからですね。民間では、意義をなんとなく理解していたとしても、そこまでのお金や労力を割くことは難しいのかもしれない。

「誰がそのようにお金と時間をかけて、特定のターゲットではなくパブリックに対して価値を還元できるのか」と考えた時、現状ではやはり行政系しかない、というところが課題でしょう。これを解決するためには、たとえば国や地方、公共団体などが「工事期間中、迷惑をかけている人たちに対して、工事費の内、これこれの比率の予算で、必ず価値を還元すること」のような合意事項を作り、民間にも実行させる。そういうことが一般化すれば「工事中景」も広まり、都市のパブリックスペースももう少し豊かになるのですが、残念ながらまだそこまでは行っていません。そうなればいいなあ、と思っています。

—「公共」に対する市民の意識を変えていくことが重要ですね。そのためにデザインが持つ力、可能性については、どのようにお考えでしょうか？

◇何かを見えるようにして、何かを伝えていく

デザインの力はすごく大きいと思います。だから、広告などの花形分野で活躍している有名なデザイナーも、もっとパブリックなところ、自分たちの生活基盤に関わるところにそのデザイン力やセンスを投入してほしい。「パブリックをやるのがかっこいい」と、ブルータスあたりで特集を組んだりしたら一気に変わるかもしれません（笑）もともと今の若い世代は「デザイン」という言葉が普通にある世界に生まれ育っていて、それに対しての違和感がまったく無く、感度が高いので、あとはもう、きっかけだと思っただけですね。そういう時が来るのは時間の問題だと信じているんです。

「自分たちのまちに誇りを持つ」という視点で活動しているシビックプライド研究会が、横浜で「まちづくり」の連続ワークショップを開いたことがありました。参加者が自分たちで勝手に横浜のどこかのまちを選んでリサーチをし、「このまちをこういう風に売り出そう」とプロモーションを考える、というワークショップだったようですが、やってみるとこれが面白くて、みんなすごく夢中になってやったようです。その面白さに気づけば、一般の人でも絶対はまると思います。「我がまち」を売り込むのはすごく楽しいし嬉しいし、社会に関わっている感じがしますね。

だから、うまいやり方さえ用意すれば、デザインをきっかけにして一般の人たちが積極的にパブリックに参加してくるようになると思います。こちらが最初のきっかけを作ったあと、主導権が一般側に移動していくかもしれない。そうしたら今度はクリエイティブはサブに回り、そこから出て来るいろいろな要望などに応える形でやっていく、そういうことができるといいですね。その意味でも、デザインの果たす役割とは「触媒」のようなものだと考えています。できたものがデザイナーの「作品」だとはあまり思っていない。

私がデザイナーとしてかかわってきたのは、公共空間という、実際の面積やボリュームを占めるところです。これには非常に強い求心力があり、影響力があるのは間違いありま

せん。媒体を使ったキャンペーンというのももちろんあるのですが、やはり人が歩いて、見て、感じて、というように「場を占める」デザインにはすごく責任と影響力がある。

今まで行政がよく工事現場などでやってきたのは、たとえば子供たちに仮囲い上に絵を描かせたりするようなことです。悪いとは言いませんが安易で言いわけ的な、デザインとはまったく関係ない世界です。そうではなく、日本橋にしても新宿にしても、その場所が求めている独自の文脈のようなものを大事にして、それを汲み取って可視化していくこと。それがデザインの役割だと思います。何かをはっきり見えるようにして、何かを伝えていく。そういう部分では、デザインの果たす力は本当に大きいと実感しています。「工事中景」は、デザイナーが職能として力を発揮できる場所だと思っています。

工事中を魅せること「工事中景」中継

川上 正倫

○ 都市における建設現場

自宅を出て職場までの道すがら、数えてみたら実に大小含めて12件の建設現場があった。電車移動を除いたわずか徒歩15分弱の距離に、である。数もさることながら、それだけの存在が日常的に無意識化していることに驚いた。決して工事現場がある景観をよしとしているわけではなく、未完成を前提に関知しなくてよい存在として許容している節がある。しかも周囲の建物の振る舞いとは異なる異物であり、また現場を囲う「仮囲い」どうしでの違いがあまりない故に視覚的には結構目立っているのにも関わらず意識しないようにしている。これは、きっと私だけのことではないはずである。しかも、それは街並に対する無関心へと直結する意識の抜き方であり、景観を考える上では負の構図をもたらすことは間違いない。

建設現場の都市における位置づけを考えてみると、都市発展の象徴でありながら、粉塵、騒音、安全不安など都市生活にとってはネガティブなものに違いない。それらから機能的に都市生活を保護するモノが、建物の代わりに工事期間中その場に陣取り人々の目に触れることになる、仮囲いということになる。現場そのものは時々刻々変化しているわけであるが、仮囲いが外されて建物の外観が見えるようになるまで、仮囲いがその場の外観を担うわけである。つまり、工事の段階によって多少の差はあるものの一般の人の目に触れる建設現場の「景観」＝「仮囲いの立姿」ということになる。都市景観の要素として一時的であるにせよ、いつもどこかしらに存在するという意味では、非常に重要な景観要素であるといえる。しかし、建設現場も我々の無意識を逆手にとって手を抜いているように思えてしまうような扱が多い。

○ 建設現場は都市景観としてメディア化される

建設現場を巡る問題はなにも東京に限ったことではなく、世界各地で共通する。そして数の多さや仮囲いで囲われる様もそう変わらない。海外の観光地を訪れ、ガイドブック記載の歴史建造物を回れば、誰もがそのうちの1つや2つは修復工事中の仮囲いに包まれているのを見てがっかりした経験を持っているであろう。「観光」という目的に対する背反意識が強いせいか、公的な景観に対する意識が高いからなのか、仮囲いに建物の工事完了時の姿をプリントしたものを用いたりしている例もよく見かける。都市にとっては、元々の建物そのものが非常に重要な景観要素となっている為に、建設現場であることの最大限のエクスキューズを示しているというところだろうか。いずれにしても、見られているという自意識があることがわかる。

また、これだけの数があるのだから意識するようにすると街への関心を高めることが期待できる。見られている意識が強ければ、商目的に利用することも発想できる。有名な商業施設が期間限定の広告要素として用いたり、期間限定アート作品として製作されたりしていたりとメディアとして考えられており、積極的にデザイン対象として扱っている。これらの積極性は、建設現場とは直接関係ないが、クリスト夫妻による「ポン・ヌフの梱包(1985)」や「梱包されたライヒ・スターク（国会議事堂）(1995)」などの景観アートを彷彿させる。きっとある日突然起こった変化による期待感や新鮮なショックが梱包＝仮囲いによってメディア化されるのである。

○ 建設現場はコミュニケーションツールとなる

さて、今回の韓さんのお話で印象的であったのは、建設現場をはじめとする都市の中で見ないことにしていたものへの関心を高める役割をデザインが担っているということであった。ステュディオ・ハン・デザインの「工事中景」活動はまさにデザインによる仮囲いのメディア化行為の一端を担うものでありながら、むしろ建設現場をコミュニケーションツールとして開発する活動ともいえるという点で非常に発展的な取り組みとなっていると評価できる。

「サザンビートプロジェクト」は、先の海外事例などと比較しても、よりインタラクティブ性の高いメディアとして扱われている。仮囲いにグラフィックを付加して見た目をよくしているなどという次元を超えて市民のコミュニケーションの場となっており、デザインを媒介として公の「場」の発見を市民に促した好例といえる。

昨今では東京スカイツリーの建設現場見学が人気だとか。そのようなわかりやすい未来への過程体験もさることながら、建設現場の都市への関わり方にはまだまだ可能性がありそうである。

残念ながら「サザンビートプロジェクト」は、三年間の継続後、様々な展開が見え始めていた矢先、工事完了を待たずして中止となってしまったという。韓さんの「もしこれがパリであれば、…（インタビュー録参照）」という話のように、中止に対する市民の態度は結果として、市民がそのような「場」に対する権利主張を行うことがまだ定着していないことを顕在化することとなった。「工事中景」の試みは、工事による駅前の公的な「場」の阻害に対する補償としても十分に意義のあることであったと思うが、市民の公の「場」に対する意識の啓発にも、このようなデザイン行為が益々重要であることを示しているように感じる。